

# الدعاية السياسية والاستعلام

د. مصطفى الحفناوي



# الدعاية السياسية والاستعلام

تأليف  
د. مصطفى الحفناوى

وزارة الثقافة



وزارة الثقافة



## الهيئة العامة لقصور الثقافة

رئيس مجلس الإدارة

سعد عبد الرحمن

أمين عام النشر

محمد أبو المجد

الإشراف العام

صباحي موسى

الإشراف الفني

د. خالد سرور

• الدعاية السياسية والاستعلام

• تأليف د. مصطفى الحفناوي

• تصميم الغلاف

د. خالد سرور

طبعة هيئة قصور

الثقافة ٢٠١٢

الهيئة العامة لقصور الثقافة

• رقم الإيداع: ٢٠١٢ / ٢١٨٢

• الترخيم الدولي: ١٨١٤-٢١٨٢-٢٠١٢

التجهيزات والطباعة

• شركة الأمل للطباعة والنشر

ت. ٢٣٩٠٤٠٩٦

المتابعة والتنفيذ  
فاروق الحسبالي

• حقوق النشر والطباعة محفوظة للهيئة العامة لقصور الثقافة.

• يحظر إعادة النشر أو النسخ أو الاقتباس بأية صورة إلا بإذن

كتبي من الهيئة العامة لقصور الثقافة. أو بالإشارة إلى المصدر.

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## مقدمة

لم يعد الحكم هواية ، أو سلطة يتقلدها الذين يتصدون  
لقيادة الجماهير بالخناجر وشقشقة اللسان ، بل الحكم أمانة  
توضع في أيدي ذوي المواهب ، والذين يخصصون في فنونه  
وينالون من المعرفة السياسية والدراية بأصول الحكم حظا  
موفورا . ولا تقوم سلطة الحاكم ، إلا على أساس من اقتناع  
بأنه أقدر من غيره ، على خدمة المحكومين ، وتوزيع العدالة  
الاجتماعية بينهم بالقسطاس المستقيم ، وسيان أن يكون الحكم  
« اوتوقراطيا » ، أو ديموقراطيا ، فلا غناء للحاكم عن  
الاستناد إلى رأى عام .

وفي الحياة الدولية ، تشابكت العلاقات بين الدول ، وهناك  
ما يسمى بالجماعة الدولية ، وكل دولة عضو في هذه الجماعة ،  
ولها حقوق وعليها واجبات ، وهي لا تستطيع أن تبشر  
وظائفها في السلم والحرب ، إلا إذا اكتسبت ثقة العالم المتمدن

بها ، وتآلت من الاحترام والتقدير وحسن الظن ببنياتها ، ما يكفل لها التغلب على مشكلاتها ، والدول الصغيرة كالكبيرة محتاجة إلى موازنة الرأي العام العالمي .

ومن أجل ذلك أضحت الدعاية السياسية من أهم وظائف الدولة ، إن لم تكن أهمها على الاطلاق ، ولا تنجح الدعاية إلا إذا صادفت التربة الصالحة ، وكانت الظروف أمامها مهيأة ولذلك تسبق الدعاية الاستعلامات ، والحصول على الأنباء من أوثق المصادر ، ومراقبة التلك الذي تسير فيه الدولة ، في شئونها الداخلية والخارجية مراقبة دقيقة مبنية على علم غزير ، وتمرس طويل . ولذلك أضحت « الاستعلامات والدعاية السياسية » في المكان الأول من نشاط الدولة الحديثة والقائمون بهذا العمل ، كالكيميائيين ، والعلماء الذين يعيشون في معاملهم ، ويضعون كل ظاهرة تحت مجهر دقيق ، ويحللون ويحجرون التجارب العلمية ، ويقتنون إلى نتائج ، ويوجهون سياسة الدولة تبعاً لذلك كله . وما من دولة كبيرة أو صغيرة إلا وعندها وزارة دعاية أو وزارة إرشاد ، أو إدارات استعلامات ضخمة .

وليس من الممكن أن يعتمد في تلك الوزارات والادارات على الهواة . بل يباشر تلك المهام الجسام خبراء ومتخصصون ، يلمون بشئ العلوم والفنون ، ويحذقون « الدعاية السياسية والاستعلام » بوجه خاص ، وأولئك هم العدة التي يعتمد عليها نظام الحكم ، كما يعتمد على الجيش والبوليس مثلاً .



وقد كان الغرب سباقا في هذا المضمار ، وكانت تجارب الحروب التي خاض غمارها ، في القرن العشرين ، مناسبات فذة ، لتنمية حصيلته وتهذيب أجهزته ، وجعل أساليبه ملائمة لاحتياجاته ، وهناك يختارون الموهوبين ، الذين تظهر عليهم بشار الاستعداد لهذا العمل ، ويلحقونهم بمعاهد خاصة ، وجامعات كبيرة ، يرتوون من مناهلها العذبة ، ويخصصون في الاستعلامات والدعاية السياسية .

وإنه لمن يمن الطالع ، أن عني معهد العلوم السياسية بجامعة القاهرة ، بهذا اللون من المعرفة ، وجعل الاستعلامات والدعاية السياسية ، ضمن المواد التي تدرس فيه ، وسوف يغذى هذا المعهد ، جهاز الدولة السياسي بالخبراء والمختصين وسوف يسد فراغا ، يشعر به الذين اتصلوا بوزارة الخارجية وعرفوا شيئا عن نشاط السلك السياسي المصري في الخارج . وقد شرفني معهد العلوم السياسية إذ أسند إلى تدريس هذه المادة ، ووضعت لطلابيه مذكرات ، لاتفى بالغاية ، ولكنها بداية ، تفتح الطريق للبحث والتعمق . وأشير على أن أجعل من هذه المذكرات مؤلفا قصيرا أقدمه للمسكبة العربية ، حتى تكون الفائدة أعم ، وقد استجبت لهذا الطلب ولكن قرب موعد الامتحان ، حال دون إتمام البحث وتهذيب ما كتبت ، على أن هذه النواة قابلة للنمو في طبعات تالية ، إن شاء الله .

ولا تقتصر الحاجة لهذه الدراسة على بلادنا العزيزة ،  
بل إن سائر البلاد العربية ، التي تطورت علاقاتها السياسية ،  
وتعقدت مشكلاتها ، بعد الحرب العالمية الثانية ، لا تستطيع  
أن تلعب دورها في الحياة الدولية ، إلا إذا توفر لها العدد  
الكافي من المتخصصين ، وبنت إدارات الاستعلام والدعاية  
السياسية عندها ، على أسس فنية صحيحة .

أرجو أن أكون ، بهذا الجهد المتواضع ، قد قمت ببعض  
ما يجب على ، وأدعو الله العلي القدير ، أن يسدد خطانا  
ويهيئ لنا من أمرنا رشدا .

دكتور

مصطفى الحفناوى

القاهرة في : ٦ شعبان سنة ١٣٧٣  
٩ إبريل سنة ١٩٥٤



القسم الأول  
الدعاية



# الفصل الأول

## عصر الدعاية

نحن نعيش في عصر الدعاية . وكل فرد يتأثر بالدعاية التي تتابعه وتحيط به في كل مكان يفشاء ، منذ ابتداء يومه إلى نهايته ، أيا كان المجتمع الذي يعيش فيه ، وأيا كان حظه من الثقافة والمعرفة . والدعاية تلي إليه فيما يسمع من أخبار وأقاصيص أو يطالع من صحف ومجلات وكتب وروايات أو يرى في دور الخيالة ودور التمثيل بل وفي المنزهات ، والأندية التي يقضى بها ساعات فراغه .

والدعاية قوة جبارة تحرك الأفلاك، وإن اختلفت أنظمة الحكم وطرائقه ، في البلاد الديمقراطية كفرنسا والولايات المتحدة ، وفي روسيا وبلاد ماوراء النtar الحديدي ، على حد سواء . ولهذا القوة خطرهما في أوقات السلم ، وهي أشد خطرا في أزمنة الحرب . وبالدعاية وجد ما يسمى بالتجنيد العسكري ، كما كان الحال في ألمانيا النازية . وقد عاشت عشر سنوات تحت راية الصليب المعكوف ، وكان الفرد لا يتحرك أو ينطق إلا ويقول : « هايل هتلر » وذكريات

الحرب العالمية الثانية مازالت شاخصة أمامنا ، فالقرن العشرين هو بحق عصر الدعاية ، بكل ما في الكلمة من معان .

في سبتمبر سنة ١٩٣٩ اشتعل وقود الحرب ، بعد أن وصلت حرب الأعصاب حد الذروة ، وقبل ذلك بعام ، أي منذ أزمة « ميونيخ » كانت أوروبا من خوف الحرب في حرب ، وكانت أبواق الدعاية تليق الرعب والفرع ، وتبشر بأن الحرب آتية لا محالة ، وكانت تعمل طبقا لخطط موضوعة ، وبمراج مدروسة دراسة فنية دقيقة . ولما وقعت الواقعة ، وكان أمر الله مفعولا ، ظهرت مكاتب وإدارات الدعاية المدنية والعسكرية ، وأغرقت الكرة الأرضية بمطوياتها ونشراتها وإذاعاتها وغير ذلك من أساليب الدعاية والإعلان .

ومما هو جدير بالذكر ، أنه عند ما حيي وطيس الحرب العالمية الثانية ، كانت الدعاية من الجانبين توحى بأنها ستكون حربا طويلة الأجل ، وستحقيق أهوالها وويلاتها بالشعوب فاطية ومن غير استثناء . وكانت الحالة العسكرية في سنة ١٩٤٠ متوقفة على مصير شعوب أوروبا التي غزاها الألمان ، وفي أي ميدان تقف هذه الشعوب ، وفي هذا تبارت أجهزة الدعاية ، فالألمان كانوا يحاولون تطمين هذه الشعوب ، وبعدها بمستقبل فيء السلامة والاستقرار والرخاء والسعادة ، إذا ما كسبوا الحرب ، وحلفاء الغرب كانوا

يستنفرونها للمقاومة السرية ، مؤكدين أنهم سيكسبون  
المعركة الأخيرة ، ويعيدون بناء العالم وفق مآثقه الشعوب  
المحبة للحرية والسلام .

ومع أن ألمانيا احتلت أكثر رقاأ أوروبا ، إلا أنها ،  
وقعت فيما وقع فيه نابليون بونابرت قبل قرن ونصف قرن  
من الزمان ، فانها لم تؤمن نفسها ضد تألب الشعوب المحتلة  
عليها ، ولم تستطع أن تعمل على معونة هذه الشعوب ، وكان  
عليها أن تكشف عن نواياها واتجاهاتها بصدد نظام أوروبا  
الجديد .

وكان هتلر قد أعلن ، قبل الحرب ، مراراً وتكراراً ،  
أنه سيخلق عالماً جديداً ترفرف عليه أعلام السلام والأمن  
طيلة بضعة قرون ، وقال أن هذه الرسالة العظيمة قد  
وضعتها العناية الإلهية على كاهل ألمانيا ، ولكن هذا الكلام  
لم يكن أكثر من عبارات رنانة أريد بها إلهاب عواطف  
الشعب الألماني ودفعه إلى ساحات الوغى ، وأما بالنسبة  
للسعوب الأخرى ، فقد تشككت كثيراً في نيات ألمانيا  
النازية لأن الدعاية الألمانية قد تورطت في التنويه بالعنصرية  
والدم الآرى وما أشبه ذلك واستغل خصوم ألمانيا  
في دعاياتهم تلك المسائل .

وقد نجحت دعاية الحكومة البريطانية في منع بريطانيا

من التسليم بعد أن سلمت فرنسا ، قطالت الحرب حتى دخلتها روسيا والولايات المتحدة الأمريكية ضد ألمانيا ، وعدت تدبدد الكثير من آمال دول المحور ، وكان على الدكتور جوبلز وأعوانه أن يجدوا حسب تطورات الحالة العسكرية مادة جديدة لحفظ معنوية الشعب الألماني وللتغلب على المقاومة السرية في البلاد المحتلة ، وللفت في عضد الأعداء أنفسهم ، وقد اهتمدى جوبلز لموضوع ، لم يكن من بنات أفكاره ، ألا وهو موضوع وحدة جغرافية حول ألمانيا ، وقد سبق أن كتب فيه الجنرال Karl Haushofer الذي اقتبس فكرة الوحدة الجغرافية مما كتبه Sir Alfred Mac Rinder عن الوحدة الجغرافية الانجليزية ، وأراد جوبلز أن يحمي مشروعات Stein ، Humbolt ، ، Hardenberg ، Arndt وغيرهم ممن رأوا أن مركز ألمانيا الجغرافي وتاريخها يكفلان لها أن تبني وحدة ألمانية بامتداد نهر الراين ، وأنه لا سبيل للقضاء على المنافسات بين دول أوروبا إلا أن تكون لها حكومة مركزية عاصمتها برلين ، فإذا كسبت ألمانيا الحرب فإن أوروبا كلها هي التي تكسب الحرب وتقضى على كل خصومة مستقبلية ، وتكفل الخير والسعادة للأوروبيين جميعا ، فالنظام الأوروبي الموعود هو تحويل أوروبا إلى منطقة تشترك شعوب أوروبا في إسعادها ، وهذا التفكير

نفسه كان يردده اليابانيون بالنسبة للشرق الأقصى . ويبدو أن هذه النظرية التي أخرجها جوبلز في ثوب قشيب وجدت تربة صالحة بالنسبة لفريق كبير من المثقفين في البلاد المحتلة ، وهم أولئك الذين كانوا ، من قبل ، قد فقدوا ثقتهم في الحرية السياسية والاقتصادية ، وآمنوا بفشل الديمقراطية .

ومع ذلك فشلت ألمانيا في توحيد أوروبا تحت لواء دعوتها ، فلم تستطع أن تتزعزع من عقول الأوروبيين الاتهامات التي كان يوجهها حلفاء الغرب لألمانيا النازية في دعاياتهم المؤثرة وقيل إن تلك الفلسفة الألمانية ليست إلا مخدرا أريد به تبرير الغزو وتأمين ظهر الجيوش الألمانية . ولذلك وبعد احتلال أربع سنوات نجحت دعاية حلفاء الغرب في خلق ثورات في أوروبا ضد الألمان ، وكانت تغذى تلك الثورات بواع الآمال ، وتثير نار العداوة والبغضاء ضد الجنس الألماني ، وقد لعبت محطة الاذاعة البريطانية "B.B.C." British Broadcasting Corporation دورا خطيرا في إيقاد تلك النيران . وكانت بريطانيا ملجأ الحكومات المنفية ، وقد خصصت محطة إذاعتها برامج للمصحفين وللكبار الشخصيات من مختلف شعوب أوروبا لمخاطبة مواطنيهم بلغاتهم ، واستنارتهم ضد المحتلين ، وتمنياتهم بالنصر .

وإلى جانب هذه الاذاعة رتبت أمريكا إذاعة "صوت



أمريكا ، الذي كان أقل تأثيرا من الاذاعة البريطانية ، واستعملت سلطات الاحتلال كافة الوسائل لمنع الاصغاء لتلك الاذاعات ، حتى كانت تصادر أجهزة الراديو ، ولكنها لم تفلح .

وقد نجحت الاذاعة البريطانية ، في خلق شخصيات سياسية لم تكن معروفة من قبل ، فمثلا حتى شهر مايو سنة ١٩٤٠ لم يكن الشعب الفرنسي قد سمع عن رجل يقال له « ديجول » وعلى غير انتظار ، وبعد أن ركمت فرنسا تحت أقدام الفرق النازية ، سمع الفرنسيون من محطة الاذاعة البريطانية في ١٨ يوليو سنة ١٩٤٠ ، صوت « ديجول » ناديا : « لقد خسرت فرنسا معركة ، ولسكن فرنسا لم تخسر الحرب » وأضافت الاذاعة البريطانية صفات العبقرية عليه ، وكان جهاز الاذاعة وسيلة الاتصال الوحيدة بين حلفاء الغرب وبين الشعوب التي احتلت أراضيها بقوات المحور . وهكذا كانت ترتب البرامج اليومية لكل شعب على حدة ، فبرنامج لفرنسا ، وآخر لبليجيكا ، وثالث لبولندا ، وكلها كانت تردد نغمات متشابهة

ومن أساليب الدعاية البريطانية ، في أثناء الحرب استخدام الرموز في احياء الشعور والدعوة إلى الثورة ، ومن الرموز المعروفة ، حرف V وقد شاع استعماله في أوروبا ، حتى كان الفرنسيون ينقشونه على الجدران ، وعلى الأواني الزجاجية ، وفي كل مكان ، إلى أن ضاق الألمان بهم ذرعا ،

ولما فشلت حملات البوليس في مكافحة هذا الحرف ومنع استعماله اضطر الألمان أنقسم لهم لنقشه على عربات الجيب التي تنقلهم ، لكي يحملوه عديم الفائدة .

وكان الألمان بدورهم ، يقومون بدعاية واسعة النطاق ، مبرهنين على فشل الديمقراطية ومستغلين أخطاء الدول الاستعمارية ، وعجز ميثاق « فرساي » عن إقرار السلم في العالم ، وردا على هذه الدعاية ، أراد الانجليز والأمريكيون إقناع شعوبهم بمستقبل الديمقراطية وإيهام الشعوب المتعطشة للحرية ، بأن هذه الديمقراطية هي التي ستكفل لهم حياة طيبة في عالم تسوده الحرية والأخاء وينتفي فيه الجوع والخوف ، ومن أساليب الدعاية التي استعملت ميثاق « الأطلنطي » الذي وقعه روزفلت وتشرشل في أغسطس سنة ١٩٤١ وقد حاول هؤلاء الاستفادة بتجارب الماضي ، فاتخذوا من نقط « ولسون » الأربعة عشر أساسا للميثاق ، وتقمصوا مسوح الكهنة وبشروا بجامعة أم جديدة تظل العالم بالحرية الأربع المقول عنها ، وفهموا في هذه المرة أن النظريات وحدها لا تكفي للظفر بثقة الشعوب وتأيدها ، فتناولت الدعاية المصالح الاقتصادية التي ترجوها الشعوب ، وكان القائمون بالدعاية لا يجدون مشقة في مخاطبة الشعوب الأوربية التي احتلت أراضيها ، ذلك لأن تلك الشعوب كانت لها قضية واحدة ضد الغزاة ، ولكن الدعاية التي كانت تسلط على البلاد غير المحتلة

كانت تعاني مشقة ، وتحتاج إلى مهارة ودقة بسبب تعارض المصالح ، خصوصا وأن روسيا وهي صاحبة أنظمة سياسية معادية في أساسها للديمقراطيات الغرب ، كانت تقف مع الغرب في ميدان واحد ، وكانوا يعملون على مفاداة الاصطدام بمبادئها ، وأما الدعاية التي سلطت على الشعب الألماني نفسه ، فقد ظلت في حيرة وتردد إلى سنة ١٩٤٣ ثم بدأت تهدد هذا الشعب بالويل والثبور إذا لم يتمرد على زعماء النازي ، وكانوا يعدونه بالاستفاح بالمبادئ الإنسانية التي وردت في ميثاق الأمم المتحدة إذا هو استطاع أن يقوم بالثورة ضد النازي ، ومع ذلك لم تغلح هذه اللغة ولم تثمر لأن الألمان كانت لهم مثالية تربطهم « بهتلر » ولأنهم قد خدعوا وغشوا في سنة ١٩١٩ وخافوا أن يلدغوا من نفس الحجر مرتين ، وقد دل الخلفاء على قصر النظر في دعاياتهم إذا لم يدر كوا الحالة النفسية للشعب الألماني ، ولم يفقهوا منطقهم ، وهو هذا المنطق الذي تستهويه القوة فيؤمن بها ويسمي إليها ، فكان من العيب قولهم للشعب الألماني أنه كلما اشتدت مقاومته فأطالت أمد الحرب كلما كان حظه من مبادئ ميثاق الأطلنطي أقل ، وكانت مصيبته أشد ، وقولهم أنهم لا يحاربون الشعب الألماني بل يحاربون العسكرية الروسية ، في حين أن الرجل الألماني لا يفخر عادة إلا بالعسكرية الروسية ، ولذلك استمر الألمان حتى آخر لحظة يحاربون تحت راية النازي إلى أن جرت المعارك في

شوارع برلين ، وفي داخل المنازل نفسها ، ولم يقولوا كلمة التسليم .

وقد اجتمع تشرشل وروزفلت في « الدار البيضاء » في يناير سنة ١٩٤٣ وتدارسا بموضوع الدعاية ، ومما اهتدى تفكيرهم إليه ما أدعاه ، من أنه لا غرض لهم من المضي في الحرب إلا تحرير الشعوب المغلوبة على أمرها وحمل العدو على التسليم بلا قيد ولا شرط ، وقد حاكهم « ستالين » في أمره اليومي الذي أصدره في أول مايو سنة ١٩٤٣ .

والذين نيطت بهم الأعمال الاستراتيجية والخطط العسكرية لم يكتفوا بفعلوا جانب الدعاية والرغبة القوية في التأثير ، وإنما لنجد هذا واضحا في غزوم لنورمانديا ، وتبديهم في صورة قوية جبارة توحى بأن المقدمات والطلائع تخفى وراءها قوات هائلة ، وأهوال مروعة أعدوها للألمان وذلك بقصد رفع معنوية شعوب أوروبا المحتلة وألفت في عضد الجيش الألماني ، ونجد أثر الدعاية كذلك فيما كان يذيعه الروس حينما ملأوا العالم دويا بأخبار بطولاتهم وانتصاراتهم في ستالينجراد ومقاومتهم التي لا تقبل .

والدعاية العسكرية كانت تعني بوجه خاص بالعامل النفسي ، وقد حاولت أن تخلق عقيدة تشبه الدين عند القطعان الآدمية التي كانت تدفعها إلى المجازر ، وتستهيها إلى ساحة الموت بشئ المؤثرات والمغريات ، إلا أنها لم تستطيع

أن تحبك صناعتها لأن الفريقين المتقاتلين في الواقع لم يكونا يستهدفان مثلاً علياً ، بقدر ما كان كل فريق يجري وراء مصلحته ويسعى لتحقيق أطماعه في عصر تضاءلت فيه القيم المعنوية ، وطفئت المسادية على كل اعتبار ولذلك ترى الذين قالوا أن المدعاة لصالح هذا الفريق أو ذاك قد خلقوا عقائد وجعلوها كالرجل في إدارة دفعة المعارك ، نقول أن هؤلاء قد أسرفوا في التعبير وبالفوا في التصوير فالعقيدة والمدأ لم يكن لهما نصيب يذكر ، ولم يتصلا بشغاف القلوب ، وإنما نستطيع أن نلمس مفعول العقيدة وقوتها السخرية ، في خوض غمار الحروب وضمان النصر ، في الزمن القديم جداً ، حينما كانت هناك مثل عليا تدور المعارك في سبيلها ، ويستحب الموت من أجلها . نجد ذلك واضحاً في صفحات تاريخ النتح الاسلامي ، منذ أكثر من ثلاثة عشر قرناً حينما خرج أناس من صحراء جزيرة العرب ، لم يتعلموا فنون الحرب والقتال ، ولم يكونوا يبحثون عن أوطان يسطون عليها أو قارات يسرقونها ، كما يفعل هذا الفريق أو ذاك من تجار الحرب في العصر الحديث ، بل كان أولئك العرب في القديم يحملون في أيديهم مثل الحق والعدالة والحريه ابى الانسان ، ويقاتلون ويستشهدون وهم مؤمنون بإيماننا لا بزعزع بحكليف من الله وبأمر من عنده سبحانه وتعالى ، ولذلك كان أمير المؤمنين عمر بن الخطاب يزود الجيوش بالمدعاة الذين يرددون الأناشيد ، فيحيون موات القلوب ، ومن تلك العبارات التي

كانت ترتفع من أفواه الدعاة كلما حمى الوطيس « يا نصر الله  
اقرب ، يا نصر الله اقرب »

وبعض النظر عن العقائد والمثل ، نستطيع القول أن  
الدعاية قد سادت العالم كله وعمت مختلف أرجائه ، منذ الحرب  
العالمية الثانية ، فاحتلت مكانها في دور الحكومات ، كمرق  
يعمل جنباً إلى جنب مع مراقب الدولة الأخرى ، كالبوليس  
والقضاء والمالية . فتأسست وزارات الدعاية والاستعلامات  
في أفريقيا وآسيا وبلاد البلقان على غرار مثيلاتها في أوروبا  
 وأمريكا ، ولم تعد هذه المؤسسات احتكارات للدول الكبيرة  
دون غيرها . وهي تلعب دورها في سياسة الدول الداخلية  
والخارجية ، كما تلعب دورها في الحياة الدولية . والعالم ،  
منذ أن وضعت الحرب الأخيرة أوزارها منقسم إلى كتلتين  
تختلفان أنظمة ، وتختلفان في المذاهب السياسية والاقتصادية  
والكتلتان في تنافس وسباق ، وكل واحدة تعمل على  
استغلال الأحداث السياسية في الدعاية لمصلحتها في أوسع نطاق  
وما تصرّحات رؤساء الدول ورؤساء الحكومات وحظهم  
في هذه الكتلة أو تلك إلا دعاية متكررة ومتجددة والشعوب  
التي تغمرها الدعايات الرنانة في حيرة من أمر نفسها ، فهي  
لا تعرف المصير الذي ينتهي إليه ، وهي متعطشة للهدوء  
والسكينة والاستقرار ، وتنشد السعادة والسلام والرفاهية ،  
ولكن أبواق الدعاية لا تتوقف عن إزعاجها بين حين وآخر

بالكلام عن القنبلة الذرية والهيدروجينية وتذر الحرب ،  
حتى ليكاد المرء يتصور أن العالم الذي تسيطر عليه تلك القوى  
المتطاحنة يسعى إلى حثفه بظلمه .

والحرب السيكلولوجية لم تنته بانتهاء الحرب العالمية الثانية  
بل هي مستمرة وما الحوادث التي تلت سنة ١٩٤٥ إلا مناظر  
مروعة من اخراج رجال السياسة ، ولكي نضرب الأمثال  
نذكر ترستا التي اشتعلت مشاكلها قبل أن تختفي رائحة  
البارود ، والألغام المنبثة في الأرض لا يقاد نيران حرب  
عالمية ثالثة : كوريا ، والهند الصينية ، وإيران وبترول الشرق  
الأوسط وهذا عدا مشكلات أخرى توضع على الرف حيناً  
ثم تفتح ملفاتها ، كقناة السويس ، والمضائق التركية ،  
ومراكش . وفوق كل هذا أبحاث الذرة والتسلح وصياغة  
معاهدات الصلح ، وألمانيا الشرقية والغربية ، وكل تلك المسائل  
وقود للحرب الباردة ، وجعير آخر لأجهزة الدعاية وإذا  
كان حلفاء الغرب يتباهون بميثاق سان فرانسيسكو ومنظمة  
الأمم المتحدة وشعبها وفروعها فإن ذلك لا ينفي الحقيقة  
المرّة ، وهي أن منابر الأمم المتحدة ليست إلا منابر دعاية  
والميثاق في أغلب بنوده حبر على ورق ، والدول الاستعمارية  
لا تقيم وزناً كبيراً للأخلاق والفضائل الدولية ، بل باعت  
ضميرها للشيطان ، والمصلحة الشخصية عندها فوق القانون ،  
وهي تسعى إليها ولو على جماجم البشر وإشلاء الضحايا ،



وعندتها هي الدعاية ، والدعاية هي الغالبة ، وهي كل شيء في هذا  
الزمان ، وهي تستبيح كل وسيلة ، وتستعمل الأسلحة الظيفة  
والأسلحة الدنسة ، فعصرنا يعد بحق عصر الدعاية ، وهذا  
ماسوف يكتبه المؤرخون عن القرن العشرين بعد أن ينصرم  
القرن الحالي إذا قدر للعالم أن يعيش ويستقبل قرنا جديدا .



## الفصل الثاني

### ماهية الرعاية

ما هي هذه الظاهرة العجيبة التي تتحكم في سير الفلك ،  
وتقلب حياة الشعوب والدول رأساً على عقب ؟

لتعريف الرعاية ، لا بد من تحليل ميكانيكيتها ، وفهم طبيعتها ، ولنبدأ بصورتها القطرية . جماعة من الناس تربطهم وحدة الجنس ، أو الدين ، أو اللغة أو الحرفة أو أكثر من رابطة من تلك التي ذكرناها ، وقد يكونون أبناء مهنة واحدة ، وأفراد هذه الجماعة يعيشون ويسعدون ويشقون ويفكرون ويحبون ويغضون ويصلون ، وهذا كله ترجمة لغرائزهم الطبيعية الكامنة في حيويتهم . وأرشاج الصلات بينهم قد تكون أوهى من خيط العنكبوت ، سيما وأن غريزة الدفاع عن النفس تدعوهم إلى الحذر والتشكك بعضهم مع بعض ولكن لا يلبث أن يقوم في الجماعة واحد أو أكثر مدفوعين بعواطف الحب أو الكراهية أو الفرور لإدارة أمور تلك الجماعة أو توجيهها . وأولئك الذين يتصدون للقيادة عاجزون بمفردهم ولا غناء لهم عن تأييد ومؤازرة زملائهم في الجماعة

أو على الأقل مؤزارة عدد لا يستهان به من أعضاء الجماعة ،  
 لماذا يصنعون ؟ إنهم يعملون جاهدين لاقتناع الجماعة بوجهة  
 نظرهم أو حملها على اعتناق آرائهم أو طلب الثقة بذواتهم ،  
 فيقومون إذن بالدعاية . وإذا نجحت الدعاية ، يتصدرون  
 الصفوف ويتسلمون الزمام . ولا يستغنون قط عن مداومة  
 التأثير على الجماعة للابقاء على مراكزهم ، فتستمر دعايتهم ،  
 وكذلك يستخدمون الدعاية في الدفاع عن الجماعة واستنفارها  
 لديه . خطر عدوان غيرها عليها فالدعاية أداة دائمة في أيدي  
 القادة من أي لون كانوا .

والرجل العام ، لا يلبث أن يصير داعية . والداعية فنان ،  
 يستمد فنه من مواهبه وشخصيته وقوة تأثيره وجاذبيته .  
 وهو مدرب على تنمية تفكيره وإعطاء آرائه قيمة حينما يلقي  
 بها إلى الغير ولصوته المدوي ، وغير ذلك من وسائل التأثير  
 والاقناع ، التي يلجأ إليها أهمية كبيرة فيما هو آخذ نفسه به .  
 وفي العصر الحديث ، يعتبر الداعية أكثر من فنان . إنه  
 في العادة خبير وأستاذ متخصص في هذا الفن ، ولا يقوم  
 الرجل العام بالدعاية بنفسه بل يستعين بمصلحة يعمل فيها  
 عدد من الناس طبقا لنظريات علمية معقدة . فالدعاية  
 في تطورها صارت علما وفنا ، وهي تعول على علوم وفنون  
 أخرى كعلم النفس وعلم الاجتماع وفن السياسة ، ولها برامج  
 ولها أهداف .

وفن الدعاية جزء لا يتجزأ من المؤثرات التي تعترض الإنسان كعضو في مجتمع ، وممارسة هذا الفن تحتاج إلى درية وسعة حيلة . فاقناع الناس بأمر ليس من الأمور الهينة والسهلة النال ، وإنما يحتاج إلى معرفة وإلى مواهب وإلى مال ثم إلى متخصصين لهم إلمام كاف بالدراسات والتجارب التحليلية النفسية والاجتماعية .

والدعاية تسلط على أفراد بوصفهم أعضاء في مجتمع ابتغاء السيطرة على أفكارهم وأفعالهم والوصول إلى نتائج معينة وتوجيه الجماعات لا يتم إلا بتوجيه أعضائها ، وأولئك يختلفون في ميولهم وزعاتهم وعواطفهم وطرائق تفكيرهم ، وهذا التباين يجعل الدعاية ذات خاصية بيولوجية أساسية .

والهدف الذي تسعى إليه هو حمل الأفراد على اعتناق فكرة أو مبدأ أو الانصراف عن فكرة أو مبدأ أو إتيان عمل ما أو عدم إتيانه ، فيدأ نشاطها فسيح ، وهذا الميدان قد يكون الأسواق التجارية أو الحرب السياسي أو مجال النشاط الحكومي ، وقد يكون العالم بأسره . وهي إذ تعمل عملها تخاطب الفرائز كغريزة التقليد وتعتمد إلى الإيحاء وتستغل الفرص والمناسبات وليس لديها متسع من الوقت لتقديم الحجج والأدلة والبراهين المنطقية ، ولا إكراه في الدعاية بل تخريص وتكرار في صيغ مقبولة ، وبأساليب محببة للناس .

والدعاية حدود تقف عندها ، وحواجز لا يصبح أن تتحاطاها ، وهذه الحدود موجودة في شخصية الفرد وعقائده المتأصلة وتقاليده التي فطر عليها . وهي لا تقول الحق دائما ولا تجري على وتيرة واحدة ، بل تتنوع . وقد تؤثر بطريقة لا شعورية ، وقد تجري بالحديث أو بالقدوة وضرب الأمثال والدعاية تستخدم في التجارة والسياسة وفي نشر الأديان ، ولكن كلمة دعاية اصطلاح يستعمل عادة بالنسبة للدعاية السياسية . وفيما عدا السياسة يقال الاعلان ، أو الوعظ أو التبشير . وهما تنوعت صورها واتسعت رقعة نشاطها ، فانها تحتفظ بطابعها الخاص وذاتيتها التي تتميز بها عن الفنون الأخرى الشبيهة بها كالثقافة Education والاستعلام Information وكثيرا ما يخلط الناس بين تلك الفنون الثلاثة ، وسنبين الفرق بينهما في موضع آخر من هذه المذكرات ، وحسبنا الآن أن نشير إلى بعض الآراء في هذا الخصوص .

يرى الباحث الأمريكي « لازويل » H D Lasswell ان الفرق بين الثقافة والدعاية ، هو فرق في وعاء كل منهما فالدعاية تحمل على اعتناق آراء يختلف عليها الناس . وتقول الاضداد والمتناقضات ، ولكن الثقافة تنقل حصيلة الانسان في العلوم من حيل إلى حيل ، وتلك الحصيلة هي أمور متواضع عليها ومسلم بها . وهنا يبدو الخطأ واضحا للعيان ، فالدعاية لاتنادى دائما بآراء متناقضة ، ولطالما كانت الدعاية مروجية

للطريات الجديدة والثقافة ليست عادة مسائل متفقا عليها ، وفي كل دولة ، وفي كل جماعة تستخدم التربية والثقافة في خلق آراء ومعتقدات خاصة بها . ونستطيع أن نلمس الفوارق بنظرة عابرة إلى الكتب المدرسية في بلدين يختلفان دينا أو نظما سياسية أو موقعا جغرافيا ، وفي البلد الواحد يقبلون الثقافة رأسا على عقب بتغير الحكومات ، وتغير الاتجاهات والمذاهب السياسية .

ففي تركيا مثلا تختلف الكتب والدراسات بعد الثورة السكالية عما كانت عليه في عصر الخلافة العثمانية . بل لقد عمدت تركيا إلى تغيير الحروف الأبجدية ، وحاولت أن تقطع الصلة بين حاضرها وماضيها وقلما توجد وحدة ثقافية في مجتمع واحد ، فالنظرية التي قال بها الأستاذ «لازويل» في بيان الفرق بين الثقافة والدعاية نظرية غير صحيحة .

وهناك رأي آخر يقول ان الفرق انما يكون في الأغراض والأهداف . والدعاية تستهدف تأثيرا مؤقتا ، وتقوم بتوجيه فكري سطحي ، بيد أن للثقافة شخصية كاملة ، وهو لا تؤثر على المواطن فقط ، بل تتناول الروح وتصل الفرد وتصوغه وربما كان هذا الرأي وجيها منذ خمسين سنة ، أما الآن فتوجد نظم سياسية تسلط الدعاية على الأفراد حتى يذوبون في تلك النظم قلبا وعقلا ، وهذا هو الحال في روسيا السوفيتية ، وفي الديمقراطيات الشعبية .

وثمة باحث آخر يقال له E. D. Martin وهو يرى أن الثقافة تقوم على استقلال الرأي في الحكم على الأشياء ، فهي ترك الفرد يفكر ويستقرى ويستنبط ، وأما الدعاية فانها لا تدع له هذه الفرصة ، بل تفرض عليه الآراء جاهزة ومعدة. وهذا الرأي قد رده « لينين » في كتابه الذي عنوانه « ماذا نصنع ؟ » وقد أراد أن يبين الفرق بين الدعاية وإثارة الخواطر ، Agitation ولكنه تسكب عن جادة الصواب فخلط بين الديمقراطية والثقافة ، وهذا بعض ما جاء في الترجمة الفرنسية لكتاب لينين "Quei ' faire" « من واجب الدعاية حينما يتصدى لشرح مشكلة العاطلين ، أن يبين دور الرأسمالية في الأزمات ، وأن هذه الأزمات لا مندوحة عنها في المجتمع الحديث ، وبين كيف سيحول الجماعة إلى مجتمع تسوده الرأسمالية وعليه بوجه عام ، أن يتناول أفكارا متعددة ، وهو حينما يعطى أكبر عدد من الأفكار ، لا يجد بين سامعيه من يطبقها ويهضمها إلا النذر اليسير. ولكن الدعاية المثيرة ، حينما يتناول الموضوع بعينه ، يختار الفكرة التي تكون معروفة أكثر من غيرها للجمهور ، والتي تهز مشاعره ، فثلا إذا شرح مشكلة البطالة يتحدث عن أسرة بلا عمل ، وأنها فريسة للسوت جوعا وهكذا .. »

وهذه النظرية لا يمكن الأخذ بها ، إلا بالنسبة لمراحل التعليم العالي ، هذا وفي البلاد الدكتاتورية يفرضون النظريات



العالمية فرضا ، ولا يفسحون المجال لمناقشتها . والحقيقة أنه لبيان الفرق بين الثقافة والدعاية يتوقف الأمر على الراوية التي تعالج منها المسألة ومن الصعب أن تقام حواجز دقيقة بينهما ويمكن القول بوجه عام أن الثقافة تتميز بالفردية وعمومية القواعد ، كما تمتاز عن الدعاية بالعمق ، والثقافة توضع لتغذية الفكر على سبيل الدوام وأما الدعاية فانها في الغالب آراء عارضة . والدعاية على كل حال مكحلة للثقافة ، وكثيرا ما تعالج الدعاية بالثقافة لوضع حد للمبالغة والتهويل والاثنان يتعاونان في تكوين مواطن صالح مترن .

وكذلك تعد التفرقة بين الدعاية والاستعلامات ، مسألة نظرية بحتة ، ليست بذات فائدة في مجال العمل . فيقول الذين يفرقون بينهما أن الاستعلام يتسم بالحيدة والتزهد عن الفرض والمأرب بعكس الدعاية . وهذا القول غير صحيح على إطلاقه ، فإن رجل الاستعلامات كثيرا ما يكون متأثرا فيما يدلي به من بيانات بميوله وعواطفه واتجاهاته وبواعثه الذاتية ، وكل ذلك يتركه حالة تغطي جانباً من الحقيقة المجردة ، ويقال أيضا أن الاستعلام ليس له هدف معين ، بعكس الدعاية . وليس هذا صحيحا في كل الأحوال ، فقد ترمي الدعاية لنشر فكرة تتلقاها من جهاز الاستعلام . وإن أقوى الأسلحة التي تستخدمها الدعاية هي الوثائق والاحصاء والتواريخ ، والوقائع المسلم بصحتها ، وهي ترتوي في ذلك من ينبوع الاستعلام ، فلا

توجد حواجر فاصلة وحدود واضحة بين الأمرين . ومثلا يقوم رجال الاستعلامات بارسال خطاب سياسي لرئيس دولة أجنبية إلى بلادهم ، فتتلقفه أيدي الدعاة ، وتقتبس منه وتعلق عليه ، وتخرجه على النحو الذي يوافق أغراضها ، ويعزز وجهة نظرها .

ونستطيع تعريفنا للدعاية أن نقول بإيجاز إنها ظاهرة اجتماعية أولية ، تقدمت تقديما مضطرا بفضل استفادة الساسة بالتقدم العلمي .

---

## الفصل الثالث

### نشأة الدعاية وتطورها

القول إننا نعيش في عصر الدعاية معناه أنها أضحت علما وفنا ، ولكن هذا لا ينفي أن الدعاية السياسية ، معروفة ومستعملة ، منذ أقدم عصور التاريخ ، وكانت دائما وأبدا في خدمة ذوي السلطان ، والثابت أن الدعاية كانت ملازمة لفن الحكم ، ذلك لأن طاعة الحاكم تقتضي اقناع المحكوم . وكل ما هنالك ، أن الدعاية كانت تجري قديما بطريقة مرتجلة ، وعلى غير هدى ، وقد تطورت بتقدم حركات العلوم والفنون واستخدام القائمين بها للوسائل التي وصل إليها العلم الحديث ، فالصحافة والسينما والاذاعة وسائل لم تكن معروفة للأقدمين وهي الآن في خدمة الدعاية السياسية .

والحضارة منذ القدم ، تركز على دعائم فلسفية ، وأفكار كانت تروج وتنتشر في العصر الذي تظهر فيه ، فحضارة قدماء المصريين ، كانت لها فلسفة ومثالية *Idiologie* كالقول بخلود الروح ، وعودتها إلى الجسد بعد الموت ، وتأليه الملوك ونحو ذلك مما تدل عليه النقوش الفرعونية ، والرومان

قامت لهم امبراطورية كانت تركز على فكرة الوحدة Concept d 'unité والدولة الاسلامية التي امتدت من أقصى الصين إلى جبال البرانس كانت لها مثالية تتلخص في التوحيد ، وهي الفكرة العميقة التي كفلت الحقوق للأصيلة بالفرد ، وجعلت الفرد حجر الزاوية في بناء الدولة ، وتفرعت عنها نظم الحكم والادارة والقضاء في الاسلام .

وفي أوروبا ، في العصور الوسطى ، قام الصراع بين نظرية الحق المقدس للملوك ، ومذاهب الكنيسة التي جعلت من نفسها واسطة بين الله والناس ، وكانت على أساس أراجيفها ودعاياتها تبيع صكوك الففران ، وتضع التيجان فوق رؤوس أصحابها ولما افترطت في الاثم واحرقت من احرق من دعاة الاصلاح استعدت القلوب للكفر بها والتمرد عليها فنجحت الحركة الفلسفية التي سبقت الثورة الفرنسية في القرن الثامن عشر في الحد من عبث الكنيسة وطغيان الملكية معا .

ولم تقع الانقلابات التي شهدتها التاريخ فجأة ، أو على غير انتظار . بل كان تيار الأفكار والآراء يستغرق وقتا طويلا فالفكرة الامبراطورية عاشت طوال العصور الوسطى . وبابوات العصور الوسطى هم الذين عارضوا سلطة الامبراطورية بنظرية سيادة الشعب ، والمفكرون القانونيون الذين سبقوا « ديدرو » و « روسو » هم الذين نصروا السلطة الزمنية على

السلطة الدينية وآراء ديكارت Descartes كانت تمهدا  
لرجال الانسكلويديا .

وأولئك الذين قادوا الشعوب ، كانوا يبشرون بآرائهم  
ومعتقداتهم في أوسع نطاق مستعملين الوسائل الأولية التي  
كانت في متناولهم ، وكلما رجعنا في التاريخ إلى الوراء نجد  
تلك الوسائل والطلاسم التي كانت تستعمل في التأثير على  
تفكير الجماهير ، وحتى في عصور ما قبل التاريخ كان الدعاة  
يستثيرون العواطف والفرائز النبيلة والوضيعة على حد سواء  
وبدلتنا الاستقراء على أن الدين كان دائما في خدمة السياسة ،  
وأنه استعمل في عصور الضلال والوثنية ، التي لم يهد الله  
قلوب أهلها إلى الايمان بأنه سبحانه واحد لا شريك له ، استغل  
هذا الدين في استعباد الشعوب ، وإقناعها بأن الرئيس الأعلى  
له ذات مقدسة ، أو نحو ذلك من الآراء العجيبة ، كالقول  
أن الرئيس الأعلى هو ابن السماء ، أو أن له قوة خارقة فيترل  
الغيث من السماء ، أو يفعل كيت وكيت من المعجزات ، وهذه  
الأراجيف كانت أساس سلطة الملوك عند الفراعنة ، ولها  
نظائر في تاريخ بابل ، وفي حضارة الفرس السابقة على  
ظهور الاسلام .

وفي تلك العصور الفاسدة ، اهتموا إلى سيكولوجيا  
الشعوب ، كما يستفاد من كتابات علماء الآثار . ولذلك  
استخدموا الخطابة في التأثير على العقول وتوجيه المعتقدات

وكان الخطاء يتنقلون من مكان إلى مكان ، وتاريخ الاغريق حافل بالأمثال ، وكانت المقدرة الخطائية وفصاحة اللسان في أثينا مفتاحا للسياسة ، ويقول فينيلون Fénelon بحق "Chez les Grecs, tout dependait du peuple et le peuple dependait de la parole,,

وفي ذلك العصر الاغريقي ، كانوا يقيمون الحفلات الدورية ، ويعنون بالألعاب الأولمبية ويشيرون المحاسن الوطنية ، في الدعوة إلى الوحدة ، وكان من بين الدعاة شعراء من أمثال Simonide ، Tyrtée وأولئك كانوا يعلمون الأخلاق ، ويستنفزون الشعب لمقاومة الغزاة البرابرة ومن الشعراء أيضا Euripide ، Eschyl ، Phrynikeo الذين أنشدوا مقطوعاتهم الخالدة في تحريض الشعب على مقاومة الفرس . وحتى القرن الخامس الميلادي ، كانت الدعاية السياسية تستخدم أسلحة نظيفة ، ثم سقطت وخالفت مبادئ الأخلاق والفضائل ، بعد هذا التاريخ ، ومن قيل ذلك الزوج للوثائق المزورة ، ونشر الأكاذيب ، وشراء الذمم والضائر لحساب ذوي الجاه والسلطان ، والمهاترات في سبيل الوصول إلى الحكم .

وقد ولدت روما نتيجة لأقصوصة خرافية ، وهي قصة «روميولوس» Romulos و «ريموس» Rémus التي روج لها Iauye وحلت في الحياة الدولية محل أثينا ، وهبطت

روما بمستوى الدعاية ، فبعد الفلسفة الرفيعة التي كانت تجري على ألسنة خطباء أثينا ، أصبحت المظاهر وحدها هي وسائل الدعاية ، ومن ذلك الأزياء والأعلام والألوان البراقة والحفلات الصاخبة . وقد استعملت أحط الأساليب في الدعايات الانتخابية ، وتشهد بذلك أطلال « بومباي » التي يزورها السائحون كلما نزلوا في نابولي ولما قامت الامبراطورية على أنقاض الجمهورية حلت الدعاية الرسمية محل الدعاية الانتخابية وكانت هذه وسيلة لتوجيه الرأي العام ، واستفادت السلطات في روما بشبكة من الطرق والمواصلات المائية في جمع الأخبار ونشرها بسرعة . وقبل ظهور قيصر عرفت روما المدونات الرسمية المسماة Annales وكانت تحوى خلاصة من أهم حوادث السنة ، وتزود بها سلطات الأقاليم ولكن ثقافة المؤرخين يرون أن قناصل قيصر الأوائل « سبتون » Suétone وسمبرونيوس اسيليو Sempronius A Sellio هما اللذان جعلتا تلك المدونات المسماة Acta Diurna بمثابة صحف رسمية للأنباء . وتلك الصحف كانت إعلانات صغيرة تعلق على لوحات في مفترق الطرق ، أو على الأبواب ، وتوزع على المصالح الحكومية ، وفي الجيش . وكانت تتضمن أنباء اليوم العامة والخاصة ولذلك أضحت فيما بعد صحفا يومية . وكانوا ينشرون فيها خطب رجال القانون ، وأعمال السيناتو والمراسيم الامبراطورية ، وأنباء المدينة وحفلات القصر وولاتم الأسرات الكبيرة وأخبار المجتمع الراقي وفي عصر



ثيرون اتحدت لغة تلك الصحف ف راحت تنشر أقوال المنافقين الذين يترلقون إلى صاحب السلطان .

وعلى الجملة ، كانت الدعاية ، في الامبراطورية الرومانية ، أداة من أدوات الحكومة ، وسيطرت عليها الحكومة بحيث لم تكن تسمح بنقد أو برأى يخالف مآثره هي ، وكانت قوانين روما تفرض عقوبة الاعدام على المؤلفين والمروجين للنشرات المعادية للدولة وحائزي هذه النشرات . وكانوا يرون أنه لا يمكن الاحتفاظ بكيان الامبراطورية إذا اختلفت الآراء وتعددت وجهات النظر وأشاع « أوجست الأول » وخلفاؤه في سائر أجزاء الامبراطورية عبادة الامبراطور ، وكان الاخلاص له ولنظام الحكم عبادة دين لا يباح الخروج عليه ، ولتأصيل هذه العقيدة في النفوس استعملت الدعاية في أوسع نطاق ، وكان الامبراطور يشجع الكتاب ورجال الفن وكان يغذيهم بالموضوعات التي يتناولونها لتثبيت سلطانه وتدعيم نظامه ، وقد سجل التاريخ الروماني اسم Virgile المصنف الرسمي بلسان « أوجست » وكان عمله أشبه بوظيفة مستشار الامبراطور ومحرر الـ Géorgiques والداعي لسياسة مولاه وسام معه في هذا العمل محررون آخرون نذكر منهم الشاعر شبه الرسمي Horace و Tilwille و Properce و Ovide وأولئك كانوا يتغنون بالشعب الروماني والقول إنه مثال الفضائل البشرية .

واستعملت الدعاية الوطنية للاحتفاظ بوحدة الامبراطورية

ومقوماتها . ونشر لوت من الثقافة الرومانية في الطبقات المتوسطة ، كما استعملت في تسليية الشعب ، بطرائق رخيصة ومنها ألعاب السيرك المشهورة . والتي أسىء استعمالها ، وكان المراد إيجاد صلة دائمة بين الامبراطور وبين الشعب ، وصرف الشعب عن التفكير في متاعبه تفاديا للثورات . واتجهت الدعاية الرومانية إلى الفن للتأثير على النفوس فبنيت القصور الشاغخة وأقيمت الأعمدة الرائعة ورسمت اللوحات الجميلة واستفاد الفن المعماري وبلغ درجة رفيعة ، وهو يحاول تدعيم المجد الامبراطوري . ولكن الفن رجع إلى الوراء ، لما آذنت دولة الرومان بالسقوط والانحيار .

وعلى أنقاض روما ، قامت دولة إسلامية عظمى ، لم تأت قبلها أو بعدها دولة وصلت في الحضارة ، وفي اتساع رقعتها إلى ما وصلت إليه الخلافة الإسلامية في عصورها الزاهرة ، وهذه حملت مشعل النور الإلهي للعالم ، وتكفلت بنشر خير رسالة أخرجت للناس ، فعرفت الدعاية منذ فجر الدعوة الكبرى ، وقد قام بذلك صاحب الرسالة ، عليه السلام ، علي خير مثال . فكان يدعو إلى دين الله ، ويتولى بنفسه شرح أحكام هذا الدين في أقواله وخطبة ، قال تعالى « وما ينطق عن الهوى ، إن هو إلا وحي يوحى » وكذلك كانت أفعاله وصفاته الفذة ، برهانا على صدق دعوته ، وهداية القلوب التي آمنت برسالته . وقد وصفه الله في محكم كتابه بقوله « وإِنَّكَ لَعَلَى خَلْقٍ عَظِيمٍ » .

وقد قضى الرسول ، عليه السلام ، منذ نزل عليه جبريل الأمين ، ثلاث سنين وهو يدعو في دار الأرقم بن أبي الأرقم سابع سبعة في الاسلام ، وهي التي دعيت بدار الاسلام ، وأخذ الرسول ينذر عشيرته الأقربين من بني هاشم وبني عبد المطلب ، ومن قوله عليه السلام في الرد على عبدة الأوثان .

« إن الله لم يبعثني لجمع الدنيا ، والرغبة فيها ، وإنما بعثني لأبلغ عنه وأدل عليه » وكان يوافي موسم الحج في كل عام ويقع الحاج في منازلهم في المواسم ، بعكاظ ومجنة وذى المجاز من أسواق مكة وضواحيها ، وانه ليسأل عن القبائل ومنازلها قبيلة قبيلة ، ويقول أيها الناس « قولوا لا إله إلا الله تفلحوا وتملكوا بها العرب ، ونذل لكم العجم » ولما ضاقت مكة بمن أجابوا الدعوة من المسلمين ، ومنهم من ليس له عشيرة تحميه ، أمر الرسول بعض أصحابه بالهجرة إلى الحبشة ، فهاجر إليها نحو ثمانين رجلاً وثمان عشرة امرأة ، سوي الأبناء وهؤلاء حملوا الدعوة الخالدة معهم ، وراحوا بها يبشرون وينذرون . وما الكتب التي بعث بها النبي الكريم في سنة سبع هجرية إلى الملوك والأمراء ، من العرب والعجم إلا وسائل لنشر الدعوة والتمكين لها في الأرض . وقد دخل الناس في الاسلام أفواجا ، وهو عليه السلام في شغل شاغل بنشر كلمة التوحيد ، يقول لمن سلمهم راية الجهاد :

« اغزوا على اسم الله ، في سبيل الله ، قاتلوا من كفر بالله ،

اغزوا ولا تغلوا ، ولا تغدروا ولا تمثلوا ، ولا تقتلوا وليدا  
وإذا لقيت عدوك من المشركين ، فادعهم إلى ثلاث خصال ،  
فأيتهم أجاوبوك إليها فاقبل منهم وكف عنهم ، ادعهم إلى  
الاسلام ، فإن أجاوبوك فاقبل منهم ثم ادعهم إلى التحول عن  
دارهم إلى دار المهاجرين ، فإن أبوا فآخروهم بأنهم يكونون  
كأعراب المسلمين ، ولا يكون لهم في الغنيمة فيه ، إلا أن  
يجاهدوا مع المسلمين ، فإن أبوا فأسألمهم الجزية ، فإن أجاوبوك  
فاقبل منهم ، فإن أبوا فاستعن بالله تعالى وقاتلهم . وإذا حصرت  
أهل حصن ، فأرادوك على أن تجعل لهم ذمة نبيه ، فلا تفعل ،  
ولكن اجعل لهم ذمتك فانكم أن تحفروا ذممكم ، أهون من  
أن تحفروا ذمة الله ، وإذا أرادوك أن تزلهم على حكم الله ،  
فلا تفعل بل على حكمك ، فانك لا تدري ، أتصيب فيهم حكم  
الله أم لا .

ولم يعمد الرسول إلى السيف ، إلا لما رأى الخطر يتحيف  
رسالته من كل وجه ، وما قال بالقوه إلا لما استنفذ مختلف  
طرق الدعاية إلى دينه .

وبعد أن انتقل إلى جوار ربه ، حمل خلفاؤه الراشدون  
لواء الدعوة من بعده ، وقامت الدولة الاسلامية على أسس من  
شريعة السمحاء ، ونجحت الفتوح الاسلامية أيما نجاح ، لأن  
المجاهدين في سبيل الله ، كانوا يدعون الناس كافة إلى مثالية  
عالية ، قررت حقوق الفرد الأساسية وكفلت حريته ، في

وقت كانت الحرية مهددة ، وساد الطغيان ، وفشت الوثنية  
والشرك ، والدعاية كانت العامل الأول والأمم ، في ارساء  
أركان أكبر امبراطورية عرفها التاريخ الانساني .

وفي أوروبا التي قدر لها أن ترسف في أغلال الظلام ،  
وتطاولع البابوية استعملت الدعاية بطريقة مضادة ، دعاية  
في سبيل الابقاء على سلطان الكنيسة وتجارة صكوك الغفران  
وكان الكهنة والقساوسة يخاطبون الغرائز ويذكرون روح  
السمب لاقامة سياج ضد ذلك النور الذي دق أبواب  
القسطنطينية ، عاصمة دولة الرومان الشرقية ، وغمر شبه جزيرة  
الأندلس ، واجتاز جبال البرانس ، وكاد أن يطوى بلاد  
الغال طيا ، لولا أن الله قد أراد للعالم أن ينتهي إلى ما هو فيه  
الآن من مادية ، لا تحفل بالمعنويات ، ولا تدرك نعمة التوحيد  
جربت الكنيسة ، في بسط سلطانها ، وإبقاء أوروبا في  
ربقتها ، وسائل الدعاية كلها ، بما فيها النقش والتصوير والعمارة  
والفن في اخراج الأناجيل ، وجاء زمان أتيح لها أن تشفي  
غايها بما شنت على الشرق من حملات صليبية ، في القرن الثالث  
عشر ، والقرن الذي يليه ، ولم تكن لهذه الحملات غاية سوى  
اقتراع خزائن الثروة ، ومفاتيح البحار من أيدي المسلمين ،  
والقضاء على دولتهم القضاء المبرم ، والحروب الصليبية كانت  
ثمرة دعاية طويلة الأمد ، وقد استغرقت هذه الدعاية بضعة  
قرون ، لأن التربص للاسلام قد بدأ منذ مولده ، ثم صارت

تلك الحروب في حد ذاتها دعاية ، وكم قيل من خطب ، وكم نشر من وثائق مزورة ، وأخبار ملفقة مما سجلته الكتب التي عالجت موضوع الحروب الصليبية . أما كون تلك الحروب قد اضحت دعاية ، فذلك لأن فرنسا أرادت بها أن تعلن عن نفسها وتباهى العالم الاقطاعي ، وكان الدعاة الصليبيون يطوفون بمختلف أرجاء فرنسا ، لاثارة الخواطر ، ولأدل على أهمية الحملات الصليبية في تطور الدعاية . من أن الصحافة البدائية ، قد نبتت بذرتها في فرنسا مع الحروب الصليبية ، وللدعاية لها .

وفي منتصف القرن الخامس عشر ، حدث تحول خطير إذ اخترعت آلة الطباعة ، وكان لهذا الاختراع نتائجها الكبرى في تطور الحركات العسكرية في العالم . وقد أجاد الدعاية ، وقلب وسائلها رأسا على عقب . وفي القرن السادس عشر ، وبفضل الطباعة ظهرت حركات الاصلاح الديني ، ووضع « مارتين لوتر » رسالته المشهورة .

وبدأ عصر الثورات . وطبعت النشرات التي راجت بسرعة خاطفة ، وهوجم طغيان الكنيسة في الصميم ، وجرت الدماء أنهارا . والكنيسة بدورها أرادت أن تقاوم حركة الاصلاح بنفس الأسلحة والوسائل ، ففي المدة من سنة ١٥٧٢ إلى سنة ١٥٨٥ ، ألف البابا « جريجوار » الثالث عشر عدة لجان للدعاية الكنيسية ، فأجمع الكرادلة برئاسة الكاردينال « سانتوريو »

ووضعوا عدة مؤلفات كهنوتية بلغات مختلفة ، لنشرها في مختلف أنحاء العالم ، وأتم البابا « كليمنت » السابع هذا العمل ، وبذلت الكنيسة جهودا مفضية في الترويج ، للنظريات والمعتقدات الصليبية ، ومما هو جدير بالذكر أن القراءة والكتابة في أوروبا ، في ذلك الوقت ، كانت أشبه باحتكار للكهنة ورجال الكنيسة ، ولذلك يعزى إليها الفضل في نشر المعرفة وتهيئة الشعوب للمشاركة في السياسة والحياة العامة .

وقد عاصر تقدم الدعاية المطبوعة ، تقدم مادي في أمور أخرى ، يسر لها النجاح وعبد أمامها الطريق ، فالواصلات قد انتشرت وتحسنت وأصبحت الطرق مأمونة وكذلك ظهر البريد .

وترتب على كل هذا أن الشرائح كانت تطبع وتوزع في مختلف أرجاء أوروبا ، وخصوصا في ألمانيا وإيطاليا ، إذ كانت فيهما مراکز تجارية هامة . وظهرت الصحافة في البلاد الآتية ، بالترتيب ، في هولندا ، فرنسا ، فانجلترا ، فألمانيا ، ولكن تلك الصحافة كانت مجرد نشرات إخبارية ، وأما الصحف الحقيقية فقد تأسست أولاها في انجلترا في سنة ١٦٢٢ ، وفي فرنسا في سنة ١٦٣٥ وفي تلك السنة أنشئت إدارة البريد الملكية ، فأصدر Théophrate Renaudot صحيفته المسماة Gazette ، وكانت تعمل لحساب الكاردينال « ريشليو » وزير لويس الرابع عشر ، أو الملك

غير المتوج ، وهو الذي فرض رقابة الدولة على المطبوعات واشترى الأقلام ، واحتكر ضمائر المفكرين ، بالاعلانات والهبات .

وفي إنجلترا ، ظهرت قوة الرأي العام ، لأول مرة نتيجة للحرب الأهلية والأزمات السياسية التي اتسم بها تاريخ الانجليز في القرن السابع عشر . وكذلك الحال في بروسيا . على أن فرنسا ، وهي البلد الذي كان غارقا في نظرية الحق المقدس للملوك ، قد عرفت حكوماتها طرائق الضغط على الرأي العام فأصدرت القوانين المقيدة للحرية ، وعهدت إلى البوليس بمهمة تعقب النشرات وحملة الأقلام ، وليسكن ذلك لم يمنع من أن « كزبير » وزير لويس الرابع عشر ، قد وجه العسكر السياسي لصالح التاج ، وللدعوة لمجد بلاده ، وكان لويس الرابع عشر لا يغرت فرصة دون تشجيع الأدياء والفنانين ، الذين يتبارون في العمل لبسط نفوذه وإعلاء كلمته ، ولذلك كانت فرساي والكاتدرائيات الهائلة ، والقصور الساحخة والفن المعماري الرائع . واضحت اللغة الفرنسية بفضل ذلك التشجيع لغة عالمية ، تستعمل في المعاهدات الدولية ، وفي بلاط الملوك وفي الصالونات .

ولعبت الدعاية دورها كذلك خارج القارة الأوروبية ، فاستخدمها الانجليز بمجرد أن وضعوا أقدامهم في العالم الجديد لبسط نفوذهم الاستعماري في أرجاءه ، كما أنها استخدمت في



إذ كاه نار الثورة ضد الانجليز هناك واعبت دورا كبيرا في حرب التحرير الأمريكية ، فقد ساهمت الصحف والنشرات في الاعداد لهذه الحرب ، وسجل تاريخ استقلال الولايات المتحدة الأمريكية اسم صموئيل آدامز Samuel Adams وصحيفته 'Country Journal' أو 'The Boston Gazette' واسم توماس بين Thomas Paine ونشرته المشهورة Common Sense فأولئك بشوا دعاية كانت وقودا للثورة الأمريكية .

وعلى غرار ذلك كله جرت التطورات والأحداث السياسية ، في الشرق الاسلامي ، منذ الصدر الأول ، فكان الخلفاء والولاة يستخدمون الشعراء والأدباء والفلاسفة ، في الدعاية لهم ولدولهم ويتجلى ذلك في العصر الأموي ، وفي العصر العباسي على السواء ، وكذلك كان هناك شعراء وكتاب وخطباء يفتنون الحركات المضادة ، وكانت حرية الفكر والبيان مكفولة في الدولة الاسلامية فكانت الدعاية أشد خطرا وأطول باعا .



أما أوروبا التي عاشت طويلا في ظلام العصور الوسطى فقد تسربت إليها الأفكار والمذاهب من الشرق ببطء ، حتى اقتضاها الأمر عدة قرون لتتخلص من سلطان الكنيسة وسلطان الملوك الطغاة وسطوة الاقطاع وتثور ضد هذا كله

وقد اتصل الأوربيون بالشرق الاسلامي في الحروب الصليبية وارتبطوا بأواصر التجارة مع المسلمين بعدها ، وكذلك ترددوا كثيرا على بيت المقدس ، منذ أيام هارون الرشيد وصلاته الطيبة بشارلمان ، وقبل ذلك اتصلوا بالمسلمين في أوروبا نفسها ، لما قامت الدولة الاموية في الاندلس ، تسربت ، شيئا فشيئا ، المباديء والآراء ، التي كان لها نصيب كبير في حركة الاصلاح الديني ، كما كان لها نصيب غير مباشر في توجيه آراء الفلاسفة الذين مهدوا للثورة الفرنسية فتاروا ضد الكنيسة ثورة لم يكن لها من باعث الا اعتقاد بطلان مارددة الكنيسة من آراء ، وما استعملته من طقوس وقد بدأت الدعاية للنظريات الثورية في فرنسا ، تعمل جهارا ضد الانظمة القائمة بمجرد انتهاء عهد لويس الخامس عشر وقد وجدت آراء الفلاسفة صدى في قلوب الناس ، فاشتد تبرم الشعب بالحكام يوما بعد يوم . ورأى الناس هناك أن الفكرة المسيحية تتعارض مع مقتضيات حياتهم اليومية ، ومع التطور العلمي ، وفي مجال السياسة اتسعت الهوة بين الشعب وبين الحكومة . فلم تفهم الحكومة نوايا الشعب واتجاهاته والشعب لم يفهمها ، وفقد ثقته فيها ، واحترامه لرجالها ، وقد انحط مستوى الحكام ، فلم يعد هناك وزراء من أمثال الكاردينال ريشيليو ، وأصبح الانقلاب قاب قوسين أو أدنى . ووجد الشعب كتابا وفلاسفة يعبرون عن عواطفه

وما يحتدم بحوفه ويصورون له المستقبل المنشود ، وشاعت آراء هؤلاء بفضل الطباعة والتأليف وترددت في الطرق والمحافل والمقاهي والحانات الصغيرة ، وفي دور التمثيل وعلى ألسنة الشعراء ، وفي الحكم والأقوال المأثورة . واعتنق الشعب ديناً جديداً ، هو الطبيعة والانسان الطبيعي وحقوقه المؤسسة على القانون الطبيعي .

وكانت الآراء الجديدة متضاربة ، ولكن الشعب قد هضمها ، واستخلص منها ان الانسان يولد خيراً لا شراً ومعه نعمة العقل ، وله الحق في السعادة ، وهو قادر على حكم نفسه وما عليه الا أن يبنى المجتمع على أساس مستفاد من الطبيعة ، ويتضامن آحاد المجتمع ، فيكون الشعب كله هو السلطة وهو السيادة .

وفي هذه المرحلة من تاريخ فرنسا ، قاد الفكر الجديد هونتسكيو ، والفيلسوف الشاب « فولتير » وكانا في أول الأمر يكتبان لتسلية الناس ، ولكن البؤس قد أخذ بالحناق وتفاقم الفساد السيامي ، وكثرت فضائح رجال الدين وصارت تروى علانية ، وتلقت الدعاية الشعبية كل هذا وكانت كالنار حينما تسري في الهشيم ومن بعد فولتير ظهر « جان جاك روسو » وهاجم الدين وظهرت مدرسة من أمثال « هلفيتوس » و « رينال » و « هولباخ » وأكد « روسو » نظرية سيادة الأمة ، وفكرة الانسان الطبيعي ، وهاجم هو « ومليادي »

فكرة الملكية . واحتضن هذه الآراء التقدمية الفسيوقراط  
ومعهم « تورجو » و « كوندورسيه » .

وكانت هذه الفلسفة ذات نتائج بعيدة المدى ، فإذا كان  
لل فرد حق السعادة ، فإن الجماعة يجب أن تعمل لاسعاد جميع  
أفرادها ، وعلى ذلك أصبحت النظم القديمة عقيمة لأنها لا تحقق  
هذا الغرض العام . وعلى هدي من تفكير روسو قالوا ان  
فكرة الطبيعة مؤداها أن السيادة في الشعب ومادام أن الشعب  
يولد طيبا ، فالحكومة تكون طيبة وفاعلة للخير إذا كانت من  
الشعب ومؤدى ذلك ان تكون الحكومة منتخبة ، والنتيجة  
العمل لاسقاط الملكية .

واستمر القدينخر كالسوس في عظام الملكية ويقوضها  
من الأساس ، وكانت الحكومة عاجزة عن مقاومة هذا  
التفكير . وازاء هذه المثالية التي تأتي إلا أن تدمر الأوضاع  
الناطقة أراد البعض أن يقوموا بعمل مضاد ، فاستعان الحكام  
بالبوليس وبالرقابة على المطبوعات ، واحتكروا الصحافة حتي  
كانت العازيت التي يصدرها Renaudot الجريدة الرسمية  
لوزارة الخارجية ولكن الآوان قد فات ، والحكومة نفسها  
فصحت بضعفها الباب الذي دخلت منه الثورة . فقد  
أصدر مجلس الوزراء قرارا في ٥ يوليو سنة ١٧٨٨ ، كان  
دعوة للرجال المستنيرين بأن يتقدموا ، للحكومة بما يعين لهم  
من برامج الإصلاح ، فكان ذلك إقرارا للنزعات اليسارية

وهاجت الخواطر ، وطالب الكل بتغيير الدستور ، وتجريد  
ذوى السلطان من امتيازاتهم ، وعجزت الحكومة عن أن  
تقبض على ناصية ذلك التيار الفكرى الجارف .

وتلك مرحلة انتقال فذة فى تاريخ الدعاية . فأخذت  
طابعها المعروف فى العصر الحديث إذ أن الآراء التى ترددها  
كانت أشبه بدين جديد ، وكان عملها منظما ومرتبيا ،  
لامرتجلا وكان نشاطها مضطردا .

ويقول *Tocqueville* إن تلك الدعاية كانت  
شبيهة بدعاية الاسلام فالثورة كانت ثورة عقيدة ، وكانت  
لها مبادئ\* تغذت بها ، وقد اتسمت بالتطرف والغلو فى  
التعصب ، وزرع العقيدة الجديدة فى قلوب الناس ، وأقسم  
الذين اعتنقوا الدين الجديد أن ينصروه ، مهما احتملوا  
من تضحيات ، وهذا القسم معروف فى تاريخ الثورة  
الفرنسية ، باسم *Serment du Jeu Paume* .  
والثورة قد اتجهت إلى قلب الإنسان بوصف أنه إنسان ،  
فكانت ثورة عالمية . وما كان لها أن تقف داخل حدود  
البلد الذى انطلقت منه ، فريح الحرية قد هبت على أوروبا  
كلها ، فهزت عروش ملوكها على الإطلاق .

والآراء الجديدة ، قد تسربت إلى ألمانيا وإيطاليا وأسبانيا  
ولما قامت الثورة كان يحملها الذين هاجروا من تلك البلاد ،

مثل البارون البروسي Gloöts وأولئك قد ألقوا الجمعيات  
المسرية ، لخدمة الثورة .

وما كان الرجعيون ليقفوا مكتوفي اليدين ، فقد اشتد  
سخطهم ، ولما وجهت الثورة ضرباتها إلى الاقطاع ، ولما  
صادرت أملاك الكهنة ورجال الدين ، ظهرت دعاية مضادة  
لثورة تزعمها Rehberg في ألمانيا بصحيفته المسماة  
Gazette d ,Iéna وفي إنجلترا نادى مناد يقال له  
Burke بوجوب إعلان حرب مقدسة على الثورة الفرنسية ،  
ومن الرجعيين أيضا السويسري اليهودي Zimmermann  
والبابا الذي أعلن سخطه على الثورة في ربيع سنة ١٧٩١ .  
 واجتمعت الجمعية الوطنية الثورية في ١٩ نوفمبر سنة ١٧٩٢ ،  
وقررت أنها تمد يد المساعدة والاخاء للشعوب التي تخضع لير  
الحكومات الرجعية ، كما قررت إنشاء مراكز دعاية لمبادئ  
الثورة في نقاط مختلفة بالحدود الفرنسية .

ولكن ، كان على الثورة قبل أن تجتاح أوروبا نفسها  
أن تملأ صدور الفرنسيين جميعا بحيث يؤمنون بها أشد الايمان  
ولم تترك الثورة وسيلة إلا واستخدمتها ، وكانت الأندية التي  
عمت أرجاء البلاد أقوى وسائل الدعاية والتبشير بدين الثورة .  
وكانوا يمولون على الخطابة وقوة البيان ، وبسحر البيان  
سقطت رؤوس الخونة ، وقاد الزعماء جماهير الشعب ، وقلبوا  
أنظمة الحكم . وكان هؤلاء الزعماء غالبا من طائفة المحامين

ومنهم ميرابو ، وبرناف ، ودانتون وروبسبير .

وإلى جانب منصة الخطابة ، لعبت خشبة المسرح دوراً هاماً . وقد افتتحوا العهد الجمهوري برواية شارل التاسع ، التي مثلت في مختلف أنحاء البلاد ، وكانت تنديداً شديداً بالملكية ، وصادفت نجاحاً عديم المثال . وفي هذا الآتون الملهب ، غيروا الأزياء ، وقلبوا جميع الأوضاع ، وكل فرد في الشعب ، أقام من نفسه جندياً من جنود الثورة ، وأوحى إلى نفسه أنه من الأبطال .

ولجأت الثورة الفرنسية في دعائها للحفلات الشعبية الكبيرة ، والمواكب الضخمة ، والمظاهر الرنانة واحتكرت الصحافة وهيمنت عليها هيمنة تامة ، واحتل بعض رجال الصحافة مناصب الدولة ، ولما تضمنت وثيقة حقوق الإنسان التي أعلنتها الجمعية الوطنية في ٢٤ أغسطس سنة ١٧٨٩ ، النص الخاص بحرية الصحافة تأسست في باريس في أقل من ثلاثة أشهر مائتين وخمسين من الصحف الجديدة ووضعت نفسها في خدمة مبادئ الثورة ولكن الثورة ما لبثت في السنوات التالية أن أضحت حرباً عواناً على حرية الرأي والعقيدة ، وأصدرت قوانين مقيدة للصحافة ومن ذلك المرسوم الصادر في ١٢ أغسطس سنة ١٧٩٢ ، والذي تضمن هذه العبارات :

«Les empoisonneurs de l'opinion publique  
tels que les auteurs des divers journaux

contre - révolutionnaires seront arrêtés, et leurs presses, caracteres et instruments, seront distribués entre les imprimeries patriotes » .

وصادرت الثورة صحف المعارضة وحطمت أفلام الكتاب ، وأزهقت أرواح البعض منهم ، وفي ١٨ أغسطس سنة ١٧٩٢ أصدرت الجمعية الوطنية ديكرتو بإنشاء إدارة رسمية حكومية للدعاية ، وكانت تسمى « Bureau d'Esprit » . وكانت إدارة من إدارات وزارة الداخلية ورصدت اعتمادات طائلة لهذه الإدارة ، واستخدم وزير الداخلية هذه الاعتمادات في إصدار نشرات كانت كبحر نسبح فية فرنسا ، وجربت المصروفات السرية في شراء الذمم وفي إرسال حملات دعاية للأقاليم وكانوا يؤلفون هذه الحملات من مندوبين عن السلطة التنفيذية ، يقومون بتوزيع النشرات والمطبوعات الرسمية ، ويمحئون على الطاعة العمياء للثورة ، وتأليف الجمعيات المؤيدة لها ، وصناعة الأسلحة والتعبئة الشعبية العامة .

وقد أنجبت الثورة الفرنسية ، نابليون بوناپرت ، وهو الذي وجه كبير عنايته للرأى العام ، وتسلط عليه . وكان جل اعتماده على الصحافة . ولما قاد الجيوش في سهول لومبارديا بإيطاليا ، كان قد رتب أموره مع صحف باريسية تدعوه



وتهاجم خصومه . بل كان يوتابرت مؤسسا ومديرا لبعض الصحف ومنها *L'armée d'Italie* وصحيفة *La France Vue de L'armée d'Italie* وفي حمله على مصر رافقه الصحفيون وأنشأ المطبعة الأهلية لطبع صحيفته المسماة *Courrier d'Égypte* .

ولما عاد إلى بلاده ، وصار رجل الساعة في فرنسا ، أراد أيضا أن يكون سيد الصحافة بلا منازع فاحتكر الصحافة وأدوات تربية الفكر ومخاطبة الناس . وفرض قيودا مرهقة على حرية الصحافة حتى كانت هذه القيود صوت عذاب ، وأوصد من الصحف ما أوصد حتى لم يبق في باريس سنة ١٨١١ سوى أربع صحف كانت أشبه بنشرات تصدر عن إدارة المطبوعات بوزارة الداخلية .

وكان من رأي نابليون ، أن الصحافة لا ينبغي أن تكون أكثر من أداة في يد السلطة التنفيذية ، فلا يجوز لها أن تعالج موضوعات لا ترى الدولة من مصلحتها أن تعرف هذه الموضوعات ، أو تنشر المعلومات الحربية ، التي يمكن أن يستفيد منها العدو ، أو تمس الدين ، من قريب أو بعيد لأن ذلك يشير الفرقة ، بين الفرنسيين ، وإنما تكون الصحافة مرآة للرأي الرسمي ، ولا تتبنى معلوماتها وأخبارها إلا من المصادر الحكومية .

ونابليون الذي ذهب هذا المذهب، حينما جلس على عرشه

الامبراطوري ، قد نسي أنه اشتغل محررا بأحدى الصحف ، وهو صغير ، ومع ذلك استمر على صلة بالصحافة ، بشخصه فكان يحرر الجريدة الرسمية ، أو يوحى بالموضوعات التي تكتب فيها ، وكانت جريدته تهاجم انجلترا هجوما عنيفا ، وتصوغة في قالب رسائل . تدعى أنها مرسلات إليها من مراسلها بلندن . وكذلك تناولت تلك الصحيفة الرسمية المسائل الداخلية في إطار ما يوافق عليه الامبراطور . وكلما اعتزم نابليون الهجوم بحيوشه على بلد من البلاد ، كان يمهّد لذلك بحملات صحفية ، تهىء الرأي العام لاحتمال الحرب ونكباتها ونتائجها وكان يغمر أرجاء القارة الأوروبية بصحفه ، وكان يصدر منها أعدادا خاصة .

كان يونايرت شغوقا بمجده ، وفي سبيل هذا المجد سخر الصحافة ، والأقلام ، واستخدم مختلف وسائل الدعاية بما في ذلك القصر ، والأوامر الامبراطورية والنشرات الدورية التي كانت توزع على رجال الجيش ، والأزياء الرسمية التي تأخذ بالألباب . وكان من أعز أمانيه أن يخلق جيلا من الفرنسيين يؤمن به ، وأراد أن يصنع هذا الجيل في جامعة فرنسا ، ولكن :

ليس كل ما يمتني المرء يدركه      تأتي الرياح بما لا تشتهي السفن

وكان لنا بليون على مسرح السياسة الأوروبية أعداء  
ألداء ، من أمثال البرنس « ميتريخ » وهؤلاء بدورهم ،  
استخدموا الدعاية في مناوئة عدوهم ، وبعد سقوطه سخروها  
في تثبيت دعائم العروش ، واستعملوا نفس الطرق التي لجأ إليها  
بونابرت . ومن الأقوال المأثورة عن « ميتريخ » : « إن  
الصحافة في يد بونابرت تعدل قوة جيش قوامه ثلاثمائة ألف  
مقاتل » .

ولم ينس أولئك الذين اشتركوا في الحلف المقدس ، أن  
ييجانبهم مكفولة بصمت رعاياهم وتسليم الشعوب بالأمر الواقع  
ولم تذق الصحافة في القارة طعم الحرية ، فاعتمدت الدعاية  
لقلب أنظمة الحكم على الجمعيات السرية ، والأندية والتشرارات  
التي لا حصر لها . ووجدت في الطبقة الكادحة مرتعا خصبا  
واستطاعت في فرنسا أن تحدث انقلاب شهر يوليو سنة ١٨٣٠  
وهذه الثورة ، قد وجهت الأنظار نحو المسائل العالية ،  
وفتحت الباب للدعاية الاشتراكية ، التي أعدها بعض أصحاب  
النظريات من أمثال « لوى بلان » Louis Blanc و « كاديت »  
Cadet و « پرودون » Proudhon ، وآزرهم آخرون من  
أمثال « فلورا تريستان » Flora Tristan وهؤلاء استعانوا  
بالدهماء وقادوا الجماهير . واشتد ساعد الحركة الاشتراكية ،  
وأضحت مع الوقت بعيدة الغور . وكان رأس المال Capital  
مادتها الدسمة ، ولم تكن الجماهير واعية بحيث تدرك معنى

رأس المال ، ولكنها كانت ترمز له في المهرجانات الصاخبة والاجتماعات اليومية والمحطبات المثيرة ، وانطلقت الدعاية الاشتراكية حتى عمت الريف ، وتغلغلت في مختلف طبقات المجتمع ، ولاسيما الموظفين والطبقة المتوسطة ، وساعد التصنيع على رواجها .

ولكن لويس نابليون ، قد أمكنه أن يقهر انتصار الدعاية للجمهورية ، وأن يحول التيار لمصلحته الشخصية . وبما ساعده على الوصول إلى غرضه أن الفرنسيين كانوا يرنون بقلوبهم إلى مجد بوناپرت ، ويعتزون بدكرائه ، فاستغل نابليون الثالث هذا الشعور إلى أبعد الحدود .

وظلت الدعاية التي نجحت في إعادة الملكية أداة العرش وسلاحه الوحيد . ولكنها كانت دعاية دعاية ضد التيارات المضادة ، وقد صودرت حرية الصحافة باسم النظام . ولكن السلاسل والأغلال ، لا تلبث أن تجد العاملين على تحطيمها فعادت المطبوعات السرية ، والدعاية الخفية ، التي استمرت طيلة عهد الامبراطورية الثانية . وانتشرت الخلايا العالية ، والجمعيات السرية ، وجدت في تحطيم النير ، وطلب العودة إلى الجمهورية ، والتخلص من طغيان الفرد ، والقضاء على الملكية التي اعتبروها خرافة قديمة ، لا ينبغي أن تعيش في عصر الصناعة .

واستخدمت هذه الدعاية الحرة الوسائل العلمية والفنية

الجديدة ، فالصحافة التي استفادت بتطور الطباعة وصناعة الورق ، قد ذاعت ، وصارت الصحيفة تشتري بثمان بنجس ، درهما ، أو ما هو أقل من الدرهم ، والمواصلات قد تقدمت ، فحملت وسائلها الصحف والمطبوعات وبعثتها في أنحاء البلاد بسرعة ، وكذلك ساهم التلفزيون ، في مد الصحف بالأخبار والأنباء .

وما من طبقة في المجتمع إلا وقد صارت لها صحف تقرأها خصوصا وأن محاربة الأمية قد أنت بأطيب الثمرات ، وأن للشعب أن يباشر أموره السياسية ، ويحكم نفسه بنفسه .

ولكن الصحافة في ألمانيا ظلت أسيرة الدولة ، وعرف « بسمارك » وهو الداهية ، الذي لا يشق له غبار ، كيف يستخدمها ويحتكرها ببراءة وحزم ، وكان له مكتب رسمي للصحافة ، اسمه Literarische ، وكان هذا المكتب يغذي الصحف التي تعمل لحساب بسمارك في مختلف أنحاء أوروبا ويمدها بالمال ، وبالذعاية نجح بسمارك في تهيئة رأي عام أوروبي استنسخ حرب ألمانيا ضد الدانمرك ، وضد النمسا ، وضد فرنسا ، ويذكر عنه التاريخ أنه استأجر الأقلام ، واشترى ذمة صاحبة الجلالة ، في أكبر دورها ومعاقلها ، وكان لبسمارك متحدث رسمي من رجال الصحافة اسمه « موريتز بوش » Moritz Busch ، وكان هذا المتحدث الرسمي يتلقى من سيده التعليمات اليومية ، والتوجيهات الخاصة

بالمقالات التي يوحى بسمارك بكتابتها في أكثر الصحف انتشارا . ولقد لمس مستشار الراج قوة الصحافة حينما احتلت ألمانيا جزءا من أرض فرنسا في سنة ١٨٧٠ ، فصدر هناك جريدة اسمها *Le Nouvelliste de Versailles* ، وكان يديرها مستشاره الآنف الذكر ، وكانت لسان حال الدولة المحتلة . وأنشأ بسمارك إدارة صحافة بوزارة الخارجية الألمانية في سنة ١٨٧٠ ، لتبشر في العالم كله بمجد ألمانيا وعظمتها ، وهذه الإدارة كانت تتصرف في اعتمادات مالية كبيرة وصعت تحت تصرفها .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، ولدت الدعاية مع حرب التحرر من نير الانجليز ، في الثلث الأخير من القرن الثامن عشر ، ولما وصل محرر العبيد « ابراهام لسكولن » إلى كرسي الرئاسة ، في مستهل النصف الثاني من القرن الماضي ، وقضى على الرق ، فانقسمت الولايات المتحدة على نفسها ، واتفصل الجنوب عن الشمال ، واشتعلت نيران الحرب الأهلية زهاء أربع سنوات ، استخدمت الدعاية في الشمال والجنوب على السواء ، وكل فريق كان ينشر دعايته خارج أمريكا لكسب رأى عام عالمي . والدعاية هي التي أوقدت نيران الحرب بين الولايات المتحدة الأمريكية وأسبانيا ، فالصحافة الشعبية كانت تلهب المواطنين وتؤجج القلوب بمقطوعاتها التي هولت وبالفت في تصوير عسف المستعمر

الاسباني واتهامه بالوحشية ، وقالت هذه الصحافة لشعب الولايات المتحدة إن عليه أن يخوض غمار حرب يدافع فيها عن المستعبدين من بني جلده .

وجملة القول إن الدعاية قد تربعت على عرشها في مختلف أرجاء العالم في أواخر القرن الماضي . ولكنها مع شديد الأسف ، قد منيت بالانتهازين ، فزورت ، وضلت ضلالا بعيدا ، وسارت أحيانا وراء العواطف ، وجرت في عروقها دماء دنسة بالرشوة وحب الشهوات . وكانت تلبس قناع الوطنية لتضلل الشعوب ، وتدفعها للعدوان والاستعمار ، ونشر الفساد في الأرض ، وهيأت في الحياة الدولية جوا من الحقد وسوء الظن والفساد الرخيص ، فكان لابد من المجازر ، والحرب التي وقودها الناس والحجارة ، وتلك نهاية التجارب العلمية والفنية في الدعاية ، مما يباهى به الرجل الأبيض في القرن العشرين ؛ وهل حضارة هذا القرن التي يتغنى بها إلا لوث من العذاب لذوي الضمائر النقية ، وضروب من الكذب والبربرية المنظمة ، التي عدت على المثل العليا فقوضتها من الأساس ؟



وبقيام الحرب العالمية الأولى ، دخلت البشرية والدعاية معا في طور جديد ، وأنشأت الدولة التي خاضت غمار هذه الحرب إدارات فنية للدعاية ، تعمل بطرائق علمية ، في

الحرب والسلم على السواء . وقد تبين أن الحرب الحديثة تعتمد إلى حد كبير على مدي التأثير على الجماهير . ولا يمكن الاكتفاء بالقوة المسلحة في الإبقاء على وحدة الوطن وكيانه وأن الدعاية هي الجيش الخامس الذي يضمن النصر في الحرب .

وقد وصلت البلاد الأنجلوسكسونية في مضمار الدعاية الحديثة شأوا بعيدا ، وإن تكن ألمانيا قد سبقت غيرها في سنة ١٩١٤ فأنشأت إدارات مختلفة للدعاية للحرب ومنها إدارة بوزارة الخارجية وأخرى في وزارة البحرية ، ومكتب للسياسة والاستعلامات تابع لهيئة أركان الحرب الامبراطورية ، وهذا المكتب الأخير كان يدير الصحافة الحربية ، ويراقب حالة البلاد المعنوية . ولكن ألمانيا ، دون غيرها من البلاد التي اشتركت في الحرب لم توفق في القيام بدعاية منسقة وفعالة ، طبقا لخطط سياسية وعسكرية ، وكانت كلما شعرت بالعجز في هذه الناحية تنشئ إدارات جديدة ، ولكن هذه السياسة لم تكن سديدة . وتحت ضغط الحوادث اضطرت في سنة ١٩١٧ لأن تكل إلى « ليندورف » العمل على رفع معنوية الشعب والجيش ، وصد تيارات الدعاية الشيوعية ودعاية الحلفاء التي كانت أشبه بأعاصير تهز ألمانيا هزا شديدا ، فنشطت الدعاية الألمانية بالنشرات والصحف والمكتبات والحفلات الساهرة ، ولكن الألوان قد فاتت ، ولم تكن تلك الدعاية ثمرة تفكير هادئ ، وبحس عميق .



وكذلك كانت الدعاية الفرنسية موزعة بين أربع إدارات، تعمل كل واحدة منها بمعزل عن الأخرى، فإدارة تدعو في الخارج ، وثانية تشرف على الصحافة المحلية ، وثالثة تدرس الصحف الأجنبية ، ورابعة تشن الحرب السيكلوجية ضد العدو . وفي الخارج ، اعتمدت الدعاية الفرنسية على رعايا فرنسا المنبئين في مختلف البلاد ، وعلى المؤسسات الفرنسية الخاصة ، وأنشأت في سنة ١٩١٦ «دار الصحافة» *Maison de la presse* لتوجد تلك المؤسسات وتمدها بالاعانات، وما لبثت تلك الدار أن ألحقت «بإدارة الاستعلامات في وزارة الخارجية» وهي التي حولها «كليمنصو» في سنة ١٩١٨ إلى «قوسيرية عامة للاستعلامات والدعاية في الخارج» ، وكان أهم ما عيّنت به ترويج الآراء الفرنسية خارج فرنسا ، وفي الداخل ، فرضت رقابة عسكرية على الصحف ، كانت توجه بمعرفة مكتب الصحافة في وزارة الحرب. وفي سنة ١٩١٥ ، أوجدوا إدارة استعلامات برئاسة «جورج ماندل» مدير مكتب كليمنصو، وكانت تابعة لهيئة أركان الحرب ، ثم حولت إلى إدارة في وزارة الخارجية تقوم بدراسة ما يكتب في الصحف الأجنبية .

وأما الحرب السيكلوجية ضد العدو ، فقد نيطت بمكتب خاص في وزارة الحرية ، وهذا المكتب أمكنه أن يستعين بالسلاح الجوي ، ويلقي بقذائفه الدعائية في جبهة القتال ،

خلف صفوف الجيش الألماني ، ويعزي النجاح في هذا الفرع إلى رجلين لم يكونا من أصل فرنسي ، فأحدها من الالراس ، واسمه « هانسي » Hansi والآخر منحدر من سلالة ألمانية واسمه « تونيلا » Tonnelat . ومن أسباب الانتصار الذي أحرزه هذا الفرع قبل غيره ، كونه قد تحرر من الروتين ، وكان يعتمد على المتطوعين ، وكانت له أهداف واضحة .

وبعد أن دخلت الولايات المتحدة في غمار الحرب في ١٦ أبريل سنة ١٩١٧ ، بأسبوع واحد ، قدم ثلاثة وزراء هم ، « لانسنج » وزير الخارجية ، « وباركر » وزير البحرية ، و « دانييل » وزير البحرية ، طلبا إلى الرئيس ولسون ، أشاروا فيه باتخاذ إجراءات تمنع تجسس العدو ، وإنشاء لجنة حكومية تشرف على الرقابة ودعاية الحرب . وفي اليوم التالي ، يوم ١٤ أبريل سنة ١٩١٧ أنشأ الرئيس ولسون « لجنة الاستعلامات العامة (C P. D) Committee on pullic Information وكانت مشكلة من الوزراء المذكورين ، ولكن رئاستها قد أسندت إلي صحفى يقال له « جورج كريل » S. Creel ، وهذا الصحفى الذي كان من قبل من التكرات ، كان روح اللجنة وقلبها النابض ، وإليه يرجع الفضل فيما حققت من نجاح بعيد المدى .

والشعب الأمريكى يعمقت الرقابة كما عمقت الدعاية ، وكان

على اللجنة المشار إليها أن تمنع تسرب الأنباء العسكرية إلى العدو ، وأن تغذي الشعب بالأنباء المستقاة من ميادين القتال مع المحافظة على روح الشعب المعنوية وإيمانه بالنصر . وقد استطاعت اللجنة أن تؤدي واجبها بلباقة وسعة حيلة ، دون أن تضع قيودا على حرية الشعب وقد قسمت عملها إلى شعبتين ، واحدة للداخل ، والأخرى للخارج ، وقامت بمختلف أعمال الدعاية ، فيما عدا الدعاية العسكرية التي تركت للجيش يباشرها بنفسه دون تدخل السلطات المدنية ، وهذا لم يمنع من المعونة التي كانت تقدمها اللجنة إلى الجيش . والقسم الداخلي قد انفرذ بالاستعلام والدعاية للحرب في داخل البلاد ، وكانت رسالته العمل على حفظ الروح المعنوية للشعب في درجة عالية ، مع تزويده بالأنباء ، وإذكاء حميته واستنفاره لبذل كل مرتاحض وغال في سبيل النصر ، وقد تنوعت أساليب هذا القسم ، طبقا للملابسات الحال ، ولكل مقام مقال . وزحفت دعاية القسم الخارجي ، على البلاد الحليفة والصديقة والمحايدة ، فزت العام كله ، في أوروبا ، وبلاد اسكانديناوا ، وفي آسيا ، وفي القارتين الأمريكيتين ، وتنوعت الوسائل بتنوع البلاد .

ولما وضعت الحرب أوزارها صدر قرار بحل هذه اللجنة في ٣٠ يونيو سنة ١٩١٩ . وقد سجلت في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية نجاحا لم تسبق إليه بفضل استقلالها ، وثقوذ رئيسها الذي اشتد ساعده ، بسبب أواصر الصداقة

بينه وبين الرئيس ولسون ، وقد كان الرئيس يرجع إليه في كل أمر يمكن أن يؤثر على الرأي العام الأمريكي ، من قريب أو بعيد ، وقد تحرر « كريل » من الروتين ، والطرائق البيروقراطية ، وكان له أعوان من الخبراء والمتخصصين ، وكذلك جندت اللجنة جهافل المتطوعين ، وعرفت كيف تلهب صدورهم ، وتشجذ عزائهم ، ولم تدع للشعب الأمريكي برهة واحدة بتطرق إليه فيها الشك في النصر المبين .

وفي بريطانيا بلغ جهاز الدعاية أوج التقدم والدقة في سنة ١٩١٨ ، ووصل إلى مستوى نظيره في الولايات المتحدة الأمريكية ، بل بزه في الحرب السيكولوجية التي شنها على ألمانيا وحلفائها ، وفي بداية الحرب ، كانت بريطانيا تعتمد في الدعاية على نشاط الأفراد والمؤسسات الخاصة ، فتألفت جمعيات واتحادات ، لا يتناولها الحصر ، والشعب البريطاني ، يحم بوطنه ، إلى حد الجنون ، ولا يضع حدا للبذل في سبيله ، وحسبنا أن نذكر من تلك المنظمات التي أوجدها الشعب لتقوم بواجب الدولة في الدعاية لبريطانيا والتجسس لحسابها اللجنة المركزية الوطنية المسماة Central Gommittee for national patriotic organisation واللجنة البرلمانية المسماة Parliamentary war aims committee وهذه اللجنة الأخيرة كانت تحارب النزعات السلمية . وكما

ضاعت الحكومة من نشاطها في الدعاية ، كانت إدارتها الرسمية تحمل شيئاً فشيئاً محل المنظمات الخاصة ونشاط الأفراد . وقد بدأت بإنشاء مكتب دعاية الحرب المسمى Wallington House ، وظل هذا المكتب يعمل حتى سنة ١٩١٦ ، وكان هذا المكتب هو الإدارة الرسمية الوحيدة التي تباشر الدعاية البريطانية في الخارج ، وذلك فيما عدا تغذية الصحف بالأخبار ، إذ ترك هذا العمل في داخل بريطانيا لمكتب الصحافة ، وفي خارجها لمكتب الاستعلامات بوزارة الخارجية البريطانية . ومن وسائل الدعاية البريطانية وقتئذ طبع ونشر الكتب والنشرات ، ومختلف المطبوعات ، وكانت تنشر خطب رجال السياسة وغيرهم من الرسميين ، وتصريحاتهم ، على العالم ، في أوسع نطاق ، وكذلك عنت بتوزيع المطبوعات المصورة ، والكاريكاتور والصور والأفلام على مراكز الدعاية البريطانية المبينة في سائر أنحاء الأرض ، كما قدمت المساعدات المختلفة والرشاوي للصحفيين الأجانب ومراسلي الصحف الأجنبية ، وكانت تنتهز كل مناسبة لعقد أواصر الصلات بين كبار الشخصيات البريطانية ، والرجال المسؤولين في مختلف بلاد العالم ، وأوفدت من أوفدت من الانجليز من برلمانيين وغيرهم ليخطبوا أو يحاضروا ويكتبوا في الخارج . ولم تترك وسيلة إلا استخدمتها لجل العالم كله على الإيمان ببريطانيا والسير في فلكها .

ومن أبرز الأعمال التي قامت بها الدعاية البريطانية نشر تقرير بريس Bryce في سنة ١٩١٥ عن الفظائع والأعمال الوحشية التي ارتكبها الألمان في بلجيكا ، وقد ترجم هذا التقرير إلى ثلاثين لغة ، وكان غاصا بالأكاذيب والمبالغات التي أخرجت بأسلوب مارع . وسلطت بريطانيا دعايتها على الولايات المتحدة الأمريكية ، كي تجرّها إلى ساحة الوغى ، وتحصل منها على ضروب المعونة المادية ، وأنشأت لهذا الغرض إدارة سرية خاصة ، نيّطت باثنين من كبار الانجليز وهما السير « جلبرت باركر » والسير « جوفري بتلر » وكانت هذه الدعاية تترنم بمصلات الدم والمصاهرة ووحدة المصلحة بين البلدين ، ومن العبارات التي ذاعت وقتئذ في مخاطبة إنجلترا لأمریکا ، هذا التعبير Hands across the sea ومن المسرحيات التي كانت تخرجها تلك الدعاية المسماة على الشعب الأمريكي المقارنة بين الاستعمار الألماني وتصويره في صور وحشية ، والاستعمار البريطاني الذي يحقّ مخاله القاتلة ، ويلبس مسوح القساوسة .

كان « بيت ولنجتون » إدارة سرية ، وما لبثت إنجلترا أن خلقت بجانبه إدارات وأجهزة أخرى ، واثمت تجارتها بإنشاء وزارة الاستعلامات البريطانية في سنة ١٩١٨ ، لتقوم بالدعاية في البلاد الخليفة والبلاد المحايدة ، ولكنها تركت الدعاية في ألمانيا وغيرها من بلاد الأعداء لإدارة جبارة كان برأسها

اللورد « نور تكليف » ، وكانت هذه الادارة تابعة مباشرة لرئيس مجلس الوزراء ، ولوزير الحرية ، في وقت واحد . أما الدعاية في الداخل فقد تركت « للجنة الوطنية للأغراض الحربية » National war aims committee وفي أواخر الحرب وحدوا تلك الادارات المتعددة .

\* \* \*

كل تلك الأجهزة ، التي تقدم الكلام عنها ، كانت متشابهة وخصوصا في الأغراض التي تعمل لها ، فكانت تدعو في الداخل ، وتدعو في البلاد الحليفة والصديقة ، وتبشر في البلاد المحايدة ، ثم توجه الدعاية إلى بلاد الأعداء .

والمطلوب في الداخل هو رفع معنوية الشعب ، حتي يحتمل أهوال الحرب ، ويبدل في سبيل النصر أقصى مافي وسعه أن يبذله . ومحاربة الأخبار التي تأتي من جانب العدو ، أو من جهة القتال ، ومقاومة دعاة التردد والهزيمة ، ونشر الأخبار التي تثير الحمية ، وتحمل على استمرار النضال والمقاومة . ولذلك فرض جميع المحاربين رقابة على صحفهم ، واختلفت هذه الرقابة في شدتها ، فكانت في ألمانيا لاتعرف هوادة ولا لينا ، وكذلك فعلت فرنسا ، ولم تكثف الرقابة هناك بمنع بعض الأخبار والمقالات ، وإنما كانت توجه الكتاب وأقلام التحرير وتصور التعليقات المختلفة ، ليكون الشر ملائما للأغراض التي ينشدها المسؤولون عن نتيجة الحرب ، وفي هذا

التوجيه والإيحاء كانت تشترك السلطات المدنية والعسكرية  
وفي ألمانيا كانت الصحف المتعددة تظهر أحيانا وكأنها  
تصدر عن دار واحدة وهيئة تحرير واحدة . وكانت  
الصحف الألمانية شديدة الطوعية ، لما جبل عليه الرجل  
الألماني من حب الوطن والنظام ، وأما صحافة فرنسا فقد  
طالما هاجت وماجت ، وأعلنت مخطتها على الرقباء .

وكان الأمر على عكس ذلك في بلاد الانجولسكون ،  
فالصحافة في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية تمتعت  
بحريتها . وفي بريطانيا صدرت في أغسطس سنة ١٩١٤ ،  
قوانين ، تسمى قوانين الدفاع عن المملكة المتحدة ، وهذه  
القوانين خولت الحكومة حق الاحتفاظ بسرية بعض الأنباء ،  
وكان لها تبعاً لذلك أن تخضع الصحف لرقابتها ، ولكنها لم تفعل  
ذلك ، واكتفت بمؤتمرات يومية ، كانت تعقد في إدارة  
الصحافة ، ويحضرها ممثلو مختلف الصحف ، وتلقى عليهم  
الأنباء كاملة ، ثم يقال لهم هذا النبأ قابل للنشر ، وذاك النبأ  
لا يجوز نشره ، والأمر متروك لضمائرهم ووطنيتهم . ولم  
يحدث قط أن نشرت صحيفة خبرا لا تري الحكومة نشره ،  
ولم يحدث أثناء الحرب أن اضطرت الحكومة لمعاملة صحيفة  
واحدة بمقتضى القانون . وكذلك كانت أجهزة الدعاية  
والاستعلامات في الولايات المتحدة الأمريكية تعالج المسائل  
في جلسات عائلية ، ويلغة ودية .



وفي بريطانيا وأمريكا قامت الدعاية بأعمال إيجابية على جانب كبير من الأهمية ، من مطبوعات ومهرجانات ونحوها وكانت تقول على المتطوعين ، وكان هذا أكثر وضوحا في الولايات المتحدة الأمريكية ، فاللجنة التي تقدم الكلام عنها كانت تجند المتطوعين ، ونظمت ما يسمى « بالدقائق الأربع » ، إذ انطلقت فرق من الرجال من مختلف الأعمار ومن مختلف الطبقات ، وكانوا يوزعونها في المدن والقرى ويستوقف كل واحد من المجندين لهذا العمل أحد مواطنيه في أي مكان يلقاه دقائق معدودات ، ويحدثه عن الحرب وبشر حيتها ، ويدعه ليتلقف غيره وهكذا . وكذلك وزعت ملايين النشرات ، ووضعت الاعلانات الأخاذة في مفرق الطرق ، ونظمت المهرجانات ، واستغلت كل المناسبات ، وخصوصا في عيد الاستقلال في يوم ٤ يوليو سنة ١٩١٨ .

والدعاية في الخارج ، في وقت الحرب ، تختلف باختلاف العلاقة مع البلد الذي توجه إليه ، وباختلاف مزاجه وعقليته وقد تبادل حلفاء الغرب الدعاية فيما بين أنفسهم ، ونسقوا جهودهم ، وكان التبادل فيمن يحاضرون أو يرسلون الصحف وفي النشرات ، والمعارض وما إلى ذلك . وكذلك نظمت الدعاية التي وجهت إلى البلاد المحايدة ، وكانت تستهدف جرها إلى الميدان أو إبقائها خارجة طبقا لمقتضيات الحال ، ولطروف كل بلد . وقد انتفعت الولايات المتحدة الأمريكية

بوسائلها الآلية والفنية فأغرقت القارات بدعايتها ، وسخرت أسلاك البرق والاذاعة اللاسلكية ، وكانت شيئا جديدا ، واستخدمت وكالات الأنباء ، وعبأت صفوت الصحفيين وحملة الأفلام ، واستعانت بالأفلام السينمائية ، وكانت تطبع من كتب الدعاية والنشرات المصورة الملايين ، وكان الرئيس ولسون ، صاحب المبادئ المعروفة ، داعية من الطراز الأول وكانت خطبه وبياناته مادة دسمة لأجهزة الدعاية الأمريكية . واطالما ألقت هذه الدعاية مسئولية الحرب على ألمانيا وحدها وهولت في تصوير جرائمها ووحشيتها وتفتت بالحرية الاقتصادية والمبادئ الانسانية ووجدت صدى ورنينا في مختلف أركان الأرض . وكانت تنادي دول أوروبا الوسطى للاستبسال في المقاومة ، وتبشر بعدالة وديمقراطية عالمية .

ووقفت الدعاية الألمانية مكتوفة اليدين إزاء دعايات الحلفاء الخبيثة . وفي بداية الحرب قطعت ألمانيا عامين ونصف عام ، وهي توجه دعايتها للولايات المتحدة رجاء أن تكسبها في صف النمسا والمجر أو تستبقها على الحياد . واستعانت ألمانيا بستة عشر مليونا من بينها ، كانوا يعيشون كأمرليكيين في الولايات المتحدة ، وكانوا يزاولون مختلف المهن ، وكانت لهم صحفهم ومدارسهم ومنظماتهم وقد عارضوا أشد معارضة إمداد الحلفاء بالسلاح والعتاد ، وحاولوا القيام ببعض أعمال التخريب . ولكن جاءت تلك الجهود بالفشل ونجح وايزمان

الصهيوني في التأثير على صديقه ولسون ، وانتصرت اليهودية الدولية فجرت أمريكا إلى الميدان ، بجانب حلفاء الغرب . وكان الألمان صريحين أكثر مما يلزم . وكان ينقصهم الدهاء والمكر وسعة الحيلة ، ولم يكتفوا خيرا بنفسيات الشعوب . وكانت دعايتهم تدور حول تعلق الشعب الألماني بالمبادئ الإنسانية الرفيعة ، وأن تقاليدهم كريمة ، وفيها خير كثير ، وأنه رءوف بأعدائه ، وحينما تحقق بهم الهزيمة ، يحافظ على أملاكهم ، ولا يعتدى على الحرمات . وكان الألمان يبرئون أنفسهم من المسؤولية عن الحرب ، ويقولون إنهم شعب منبج تغمره السعادة ، ولذلك يحسده جيرانه ، ويعتدون عليه ولا يملك إلا أن يدافع عن نفسه وأنه ضحية أطماع القيصريّة الروسية والرأسمالية الانجليزية وعصاينة من ساسة فرنسا ، وأولئك هم الذين قذفوا بأوروبا في أتون الوغى . وألمانيا التي اختارتها عناية الله ، من بين دول أوروبا ، لتدير دفة الأمور فيها ، تحترم قانون الشعوب وترعاه . ونددت الدعاية الألمانية بالصحافة الفرنسية التي ضلّت مواطنيها ، وأشاعت الأكاذيب . وقالت إن الشعب الألماني مستعد لمصافحة اليد التي تمدها إليه الدول التي تطلب السلام ، ولكن حلفاء الغرب لا يرومون سلاما وأمانا .

وقد استعملت ألمانيا عدة وسائل في نشر هذه الدعاية فاستخدمت الاذاعة ، وكانت سلاحا جديدا ، واشترت صحفا

وأقلاما في مختلف بلاد أوروبا . ولكن الدعاية الألمانية قد افتقدت أهم عنصرين في الدعاية ، وهما التنظيم المحكم ووضع الخطط والبرامج مقدما ، والدراية التامة بعلم النفس الاجتماعي وطبائع الأمم . على أنها أحرزت بعض النجاح في الجبهة الشرقية . أما الفشل في الجبهة الغربية ، فلا أدل عليه من أن الحرب السيكلوجية التي شنتها ألمانيا على بريطانيا وفرنسا وأمريكا لم تحرك ساكنا عند شعوب تلك البلاد . وأنشأت ألمانيا صحفا في البلاد التي احتلتها ، ولكن تلك الصحف كانت تنسم بأنها مأجورة لحساب العدو فولدت ميتة وقاومتها الصحافة السرية أشد مقاومة .

وعلى عكس ذلك نجحت دعاية أمريكا في التسرب إلى صفوف الجيش الألماني ، وألقت عليه ثلاثة ملايين من الأطنان من المنشورات والمطويات ، وأغرته برسالة ولسون المشهورة . وكذلك تعرض الجيش الألماني لقذائف الدعاية الجوية من لندن الفرنسيين والانجليز فحدث قلق شديد في صفوفه ، وبلبلة في الأفكار ، ولذلك طلبت ألمانيا الهدنة وهي منتصرة عسكريا ، وجيشها كامل العدد والعدة . ولا يفوتنا أن نذكر أن بعض البلاد المحايدة ، قد استؤجرت في تهريب بضائع دعاية الحلفاء ، وتوصيلها إلى الجيش الألماني والشعب الألماني والبلاد التي كان يحتلها الألمان . وكان الانجليز في بعض الأحيان أطول باعا من غيرهم في التأثير على الألمان ، وقد اعتمدت الجاسوسية

البريطانية التابعة للإمبراطورية ، وتلك التي كانت تعمل تحت إشراف وزارة الحرب البريطانية أدوارا شيطانية ، ونشرت أكاذيب ، ونبتت في التلغيت والفش والحديعة ، وهذه صفات تتصل بطباع الرجل الانجليزي ، وقد استخدمت إنجلترا الأسري الألمان في ترويج أكاذيبها لما ألفت في روعهم أنها لا تقول إلا الحق ، ولا تنشد إلا السلم .

ومما هو جدير بالذكر أن اللورد «نورثكليف» حينما عين مديرا للدعاية في بلاد العدو ، في فبراير سنة ١٩١٨ ، قدر كثر هذا النشاط فيما يسمى Crewe house ومنذ شهر يوليو سنة ١٩١٨ أطلق على مهمة هذا البيت اسم British war mission وقد طلب من مجلس الوزراء الموافقة على خطة مرسومة يعمل بمقتضاها ، وكان قد عاونه في وضع هذه الخطة رجال آخرون من أمثال السير «كامبل ستوارت» و«ويكهام ستيد» وتنفيذا لهذه الخطة ، سددت الضربات أولا إلى النمسا والمجر ، بغية إحداث اضطراب داخلي فيها ، ثم فعلاها من ألمانيا . وخطبت تلك الدعاية أول ماخطبت عناصر الأقلية واستعدتها على بيت «هايسبرج» وعقد «استيد» مؤتمرا في روما فيما بين ٧ و٩ ابريل سنة ١٩١٨ ، لممثلي الشعوب التي يستعبدوها آل هايسبورج ، وكان هذا المؤتمر لونا من الدس الرخيص الذي تخصصت فيه إنجلترا ، طيلة حياتها السياسية ، وكان نشاط المؤتمر يتلخص في مطالبة

تلك الشعوب بالحرية والاستقلال ولما بدت بشائر هذا العمل  
أنشأ الحلفاء لجنة مشتركة ، اتخذت روما مقراً لها ، وجعلوا  
عمل اللجنة استمرار إشعال الفتنة التي أثرت في ذلك المؤتمر .

وبعد النمسا والمجر اتجه الهجوم إلى ألمانيا مباشرة ،  
بنشر الأخبار المزعجة والمثيرة والملفقة في صفوف الجيش  
الألماني ، والشعب الألماني كذلك ، والقول إن ألمانيا مهددة  
بالخرباب ، والمسئول عن ذلك هو عاقلها غليوم الثاني ، وخلق  
نقمة المطالبة بتخليه عن العرش ، ثم التأثير بالدعايات الملفقة  
على الأسرى الألمان ، إلى حد حملهم على إرسال خطابات  
إلى ذويهم ، تتضمن بيانات مقلقة ، ومن شأنها بلبلة الأفكار ،  
وإثارة الحواطر . وفي شهر أغسطس ١٩١٨ أُلقت الطائرات  
على الجيش الألماني أربعة ملايين من المنشورات ، وارتفع  
هذا الرقم إلى خمسة ملايين في شهر أكتوبر ، ووصلت الدعاية  
حد الذروة من النجاح قبل أن تطلب ألمانيا الهدنة بأيام .  
وقد نسق حلفاء الغرب جهسوادم ، في تلك الدعاية  
السيكولوجية ، بحيث كانت لهم جبهة مشتركة يحاربون فيها  
حرباً نفسية . ونجاح الدعاية على هذا النحو ، هو الذي نبه  
دول العالم إلى مسألة على جانب كبير من الأهمية ، ألا وهي  
أهمية الدعاية والحاجة إليها كعمل استراتيجي دفاعي وهجومي .  
وأوضحت الدعاية السياسية أداة فنية معقدة تستخدم ،  
في الحرب والسلام ، على أوسع نطاق .

وقديماً كانت الدول تستعين بالدعاية السياسية ، في المناسبات ، ولكن بعد الحرب العالمية الأولى ، صارت تستخدم يومياً وبانتظام . وقد احتلت مكانها في كل جماعة منظمة . وقد تطورت المشكلات السياسية الداخلية والخارجية ، فتمت الدعاية نمواً سريعاً ، بتعدد تلك المشكلات . وكما تعول عليها البلاد الديمقراطية ، التي تؤمن بالتمثيل النيابي ، وتأخذ بنظام الانتخاب المباشر ، عولت عليها الدكتاتوريات لتبرير تصرفاتها ، واغتصابها للسلطة أو حجبها على الأفكار والمعتقدات . وبانتشار العلوم ، تقدم وعى الأمم ، وليس يكفي أن تنظم الحياة بقوانين ، بل يجب إقناع الشعوب بأن تلك القوانين عادلة ، وأنها تستهدف مصلحتها . وثمة سبب آخر لتطور الدعاية ونموها ، وذلك السبب هو تفاقم المشكلات الاجتماعية ، والصراع بين طبقات مختلفة يتألف منها المجتمع ، ومثال ذلك المنازعات ، بين العمال وأصحاب الأعمال ، وتلك المشكلات لا تعالج بالقوة ، أو تحل بسيف القانون ، بل لابد من الاقتناع والاقتناع . وفي هذا المجال تولد نظريات وتغلى العواطف ، وتضطرم الآراء والمعتقدات . وأخيراً نهضت الدعاية بقدم العلوم والمخترعات ، وكلما تبسرت لها وسائل جديدة وأسلحة جديدة ، فتحت أمامها ميادين العمل والانتاج . وقد أشرنا ، فيما تقدم إلى اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر ، ويجب أن نذكر الثورة

الصناعية في آخر القرن التاسع عشر ، هذه الثورة التي ساعدت على نشر الأخبار في الحال ، في مختلف أنحاء العالم ، فالتلغراف والتليفون ، واللاسلكي والآلة الكاتبة ، والسينما والراديو ، كلها ساهمت في تقوية الدعاية السياسية وتدعيمها .

ومن الظواهر السياسية الهامة ، بعد الحرب العالمية الأولى ، والتي كانت نتيجة مباشرة لهذه الحرب ، أن الفردية قد اختفت ، وحلت محلها الجماعة ، فالفرد كان يضحى في الحرب بالملايين ، ولم تعد حياته كفرد ، وطلباته ، قطب الرمح في نشاط الدولة ، وإنما الجماعة هي كل شيء . وقد تضاهلت فكرة الوحدة ، والتضامن بين بني الإنسان ، وأضحى الفرد وسيلة ، والجماعة غاية . واعتادت الشعوب على لون من الاشتراكية ، لم يكن معروفا قبل الحرب ، ونبعا لذلك تغيرت الأنظمة ، واستقلت الاشتراكية من حيز الواقع إلى مجال التقنين .

وهذا التحول من الفرد إلى الجماعة ، استتبع تغييرا في طرائق رجال السياسة ، فهم يحتاجون إلى الجماعة لتؤيدهم ، ولأن نفوذهم يرتكز على هذا التأيد ، يعملون لمصلحة الجماعة ، بغض النظر عن الفرد ، وحرية الفرد وسعادته ، ويراقبون الجماعة حتى لا تنشق عصا الطاعة عليهم . ولا يمكن قهر الجماعة بالقوة ، كما كان الحال من قبل ، بل لا بد من التسلط على العواطف والمشاعر ، وتعمية ضمائر الأفراد ، للسيطرة



على التفكير الجماعى . فالديموقراطية الغير مباشرة ، رجعت إلى الوراء ، وحلت محلها ديموقراطية الكتل الشعبية ؛ ولكن الجماهر لا تستطيع أن تباشر بنفسها شئون الحكم . وإنما تلتق بتقلمها فى الحياة السياسية بوساطة ما يسمى «بالرأى العام» فحكم الجماعات هو حكم الرأى العام ، وإذا كان الفرد قد تنازل عن شخصيته لحساب الجماعة ، فقد تنازل أيضا عن التفكير بمفرده ، والنظر للأشياء من زاويته الشخصية . وهنا تدخلت الدعاية السياسية ، لتنظيم الرأى العام ، وضبطه ، والقبض على ناصيته ، فصارت الدعاية أم جزء فى تلك الآلة التى تسمى الدولة ، لأنها تستخدم فى تكوين الآراء والمعتقدات ، وتنميتها أو مقاومتها . ولذلك أضحت الدعاية فناً دقيقاً ، وأداة من أهم أدوات الحكم . ولكن الحقيقة الثابتة هى أن الفرد هو الذى تتسلط عليه الدعاية لا قناعه ، لامتقلا عن الجماعة كما كان الحال من قبل ، بل يمتزج بها ، فالموضوع واحد ، وإن تغير الاطار .  
والدعاية قديما وحديثا تسوس الرأى العام .

## الفصل الرابع

### الرأى العام

---

الطابع المميز للدعاية ، هو أن لها هدفا معروفا ، وهو الانسان . وهي تسلط أشعتها عليه ، منذ فجر التاريخ . ولذلك كانت الدعاية دائما وأبدا ، ذات خاصية إنسانية واجتماعية . ولما كان المراد بالدعاية ، حمل الانسان على اعتناق رأى من الآراء ، أو التصرف فى مسألة من المسائل على نحو معين ، فإن المحور الذى تدور حوله الدعاية هو الرأى العام . ولما ارتقت الدعاية ، وصارت فنا ودراسة ، وضعت موضوع الرأى العام فى المقام الأول ، من المسائل التى تعنى بها ، وتحللها فى معاملها السيكولوجية والاجتماعية .

وفى عصور ما قبل التاريخ ، لازمت فكرة الرأى العام نشاط الدعاية والدعاة ، قفيا بين القرن السادس والقرن الرابع ، قبل ميلاد المسيح ، عرفت الصين الحرب السيكولوجية كسلاح دفاعى وهجوى . وكذلك كان الحال فى أثينا : وفى عصر الرومان .

وفى العصر الحديث ، وضع « ميكيا فيلي » كتابه

« الأمير » ، في القرن السادس عشر ، وقال ناصحا لأميره :  
« يجب أن تكسب ثقة الشعب ، والشعب هو القوة الجبارة » .  
ونقرأ في مؤلفات شكسبير ، علي لسان هنري الرابع هذه  
العبارة ، التي تدل على إدراك لقيمة الرأي العام  
Opinion, that did help me to the crown.  
وفي سنة ١٦٧٢ ، وضع وليم « تمبل » W. Temple  
مؤلفا عن الحكومة وطبيعتها ، وقال فيه : « إن الرأي هو  
دعامه الحكم ، وهو الذي تستمد منه السلطة تفوذها ،  
والسلطة تنبع من القوة ، وأعني قوة المحكومين ، وهم الكثرة ،  
وأما القلة الحاكمة ، فلا تفوذها بغير تلك القوة » . وفي  
موضع آخر من هذا الكتاب ، قال « تمبل » : « لا تقوم  
حكومة إلا على أساس من رضا الشعب ، أو بتأييد عدد  
لا يستهان به من أبناء الشعب » . وفي سنة ١٦٨٩ ردد « لوك »  
Locke هذه المعاني ، وذكر أن هناك ثلاثة أنواع من  
القوانين : القوانين الالهية ، والقانون المدني ، وقانون  
الرأي ، وهذه القوانين هي التي تسوس البشر ، وتنضبط  
حركات الانسان . ووضع « جان جاك روسو » مؤلفه  
« العقد الاجتماعي » فتوج تلك الآراء بقوله إن الارادة  
العامة ، تستطيع وحدها أن توجه قوى الدولة نحو غاية  
يستهدفها نظام الحكم فيها . والفارق بين نظرية روسو ،  
ونظريات الذين سبقوه ، هو أن روسو قد بحث المسألة من

زاويها القانونية في حين أن غيره عالجوها من الناحية الواقعية.  
وفي سنة ١٩٣٧ ، ظهر مؤلف عن « تورات الجماهير »  
لكاتب إسباني ، يقال له « جوزيه أورتيغاي حاسيت »  
José Ortigay Gasset وجاء فيه : « إن مباشرة  
السلطة لا تتم إلا بتأييد من الرأي العام . هذه حقيقة أزلية ،  
فاليوم ، وقبل ألف سنة ، وفي بلاد الانجليز ، كما في الأدغال ،  
ما انعقد حكم لفرد ، على ظهر البسيطة ، إلا بسند من الرأي  
العام . ونحن لا نستطيع أن نصدق أن سيادة الرأي العام  
ابتكار جديد جادت به قريحة المحامي « دانتون » في  
سنة ١٧٨٩ ، أو أنها من وضع « سات توما دا كان » ،  
ولربما عرف الناس معنى الرأي العام في القرن الثالث عشر ،  
أو قبله أو بعده ، فهذا لا يهمنا في قليل أو كثير ، ولكن  
الحق الذي لا مرأى فيه ، هو أن الرأي العام قوة متصلة في  
المجتمع الانساني ، ومن هذه القوة تنبع سلطة الأمر  
والنهي ، وهي قوة قديمة كالدهر ، وهي كمنظرية « نيوتون »  
في الجاذبية ، فالجاذبية ، تواد الحركة ، والرأي العام هو  
جاذبية عالمية في التاريخ السياسي ، ولولاها ما كان هناك  
تاريخ . وقد أثبت التاريخ أن سيادة الرأي العام ليست كلاما  
شعريا يقال أو مجرد أمل يداعب الخيال ، بل هي الطابع  
المميز للجماعات الانسانية . والسلطان الذي حكم بقوة  
الصاكر الانكشارية ، كان يستند ظهره إلى رأي عام ، هو

الانكشارية » ، ومن مآثور ما قاله قاليران : « إن الحاكم لا يستطيع أن يجلس فوق أسنة الرماح » .

وندع أصحاب النظريات الفلسفية ، الذين يقال عنهم إنهم لم يمارسوا فن الحكم ، لنرى ما يقوله رجال السياسة من الطفافة ، وأعداء حرية الفكر ، فنجد بونايرت قد سجل في مذكراته « بسانت هيلانة » هذه العبارة « سيكون ابني مضطرا لإطلاق حرية الصحافة ، فهذه الحرية تعتبر اليوم ضرورة لا غناء عنها » ، وكتب « ميرنيخ » في إحدى رسائله سنة ١٨٠٨ يقول : « إن الرأي العام هو العدة القوية في يد الحاكم ، والرأي العام كالدين تماما ، يذبح من جميع طبقات الأمة ويتغلغل فيها ، وتقف الاجراءات الادارية حياله عاجزة . وأما الذين يستخفون بقوة الرأي العام فانهم يتحدون مبادئ الأخلاق » .

ولمادا نذهب بعيدا ؟ ! أما كانت رسالة أعظم المرسلين ، تنصحه إلى الرأي العام ، فتدعوه ، وترثيه ، وتصفقه وتمذبه وتهديه ؟ ! تأمل في قوله تعالى : « ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة » وقوله جل وعلا ، مخاطبا أكرم خلقه : « ولو كنت فظا غليظ القلب ، لانقضوا من حولك » ، ثم انظر إلى هذه القاعدة الدستورية المتينة : « وشاورهم في الأمر » . سنة الله في خلقه ، ولن تجد لسنة الله تبديلا ، ولن تجد لسنة الله تحويلا .

وليست الشعوب قطعانا من الماشية ، يسوقها ذور

السلطات ؛ بل تسام الشعوب ، في تصريف أمورها ،  
والاسلام منذ نيف وثلاثة عشر قرنا جعل الحكم ييمة ، أى  
ميثاقا غليظا بين الراعى والرعية ، وحدد الخليفة الأول ،  
أو الاميراطور الأول ، أبو بكر الصديق ، رضوان الله  
عليه سلطة الخليفة ، بهذه الكلمات الخالدات : « إني قد وليت  
عليكم ولست بخيركم ، فان رأيتموني على حق فأعينوني ،  
وإن رأيتموني على باطل فقوموني . أطيعوني ما أطعت الله  
فيكم » . وقام من بعده أمير المؤمنين عمر بن الخطاب ، محط  
دولتي الفرس والروم ، ولم يجد غضاضة في أن يقول على  
ملا من الناس : « أصابت امرأة ، وأخطأ عمر » . وأولئك  
الأخيار الأبرار ، قد ضربوا أروع الأمثال في تقديس معنى  
الرأى العام ، لأن الاسلام هو الحرية ، بكل ما تحمله هذه  
الكلمة من معان .

وفي أوروبا ، بدأ الوعي والادراك ، في المهد صبيا لما  
اhtدوا إلى آلة الطباعة في القرن الخامس عشر ، وأمكنهم  
أن يروجوا بعض الآراء التي تسربت إليهم من الشرق  
الاسلامي ، وظهر دساة ، وكتاب ، وفلاسفة ، يفتنون الرأى  
العام . « هوبز » و « جيرائيل نوديه » ، « ووليم تمبل »  
و « لوك » ، كل هؤلاء وغيرهم مهدوا للثورة . وبعد الثورة  
آمنوا جميعا بقوة الرأى العام ، واشتغل كتاب السياسة  
وعلماء النفس ، ورجال القانون بتحليل هذه الظاهرة ،  
وأضافوا إلى العلوم علما آخر اسمه « علم النفس السياسى »

Psychopolitique وظهر « كارل ماركس » في القرن التاسع عشر ، فأغرى الفلاسفة والمؤرخين بدراسة المثل العليا في الحضارات المختلفة دراسة تحليلية عميقة ، ونبغ لينين ، في فجر القرن الحالى ، واستطاع بعد دراسة وفلسفة أن يحدث انقلابا عنيفا في روسيا في سنة ١٩١٧ . وقبلا بين سنتي ١٨٩٠ و ١٩٠٥ ، وجدت مدرسة فلسفية متخصصة في علم النفس الاجتماعي ، ومن أساتذة هذه المدرسة « فورنيال » Fournial و « سيرجي » Sergi وروسى Rossi ، والدكتور « جوستاف ليون » ، ورأى هؤلاء أن الجمهور كالفرد تماما له قوة مدركة ، وروح عامة أقل رتبة من روح الفرد لأنها تخضع للاشعور ، وتنوم تنويعا مغاطيسيا . وقد شرح هذه النظرية « جوستاف ليون » في مؤله الذائع الصيت « سيكولوجيا الجماهير » Psychologie des Foules و لكن كتابه ليون سطحية جدا بالنسبة للعصر الذى نعيش فيه ، وقد بزه تارد الذى عالج المسألة بطريقة علمية ، وكان محايدا ، ولم يكن متشائما (١) ، وكذلك وضع « بول بورد » دراسة تحليلية ممتعة (٢) ، وأبرز العقيدة وأهميتها .

---

(١) مؤلف « تارد » Tarde و L'opinion et la foule

(٢) Paule Bourde : Essais sur la Revolution

et la Religion

وانقسمت هذه المدرسة إلى شعبتين : شعبة جعلت هذه المادة من موضوعات علم النفس البحت ، ومن أساتذة هذه الشعبة « فرويد » Freud ، وأخري ألحقت هذه الدراسة بعلم النفس الاجتماعي ، ومن علماء هذه الشعبة « ماك دوجل » Mac Dougall . وفي إيطاليا ظهرت مدرسة « باريتو » Pareto وتكلمت عن أساليب الدعاية ، وقالت إن الرئيس أو الزعيم يتسلط على الجماهير ، فتطيعه طاعة عمياء ، حينما يقدر على استغلال نزعاتها ، ودوافعها اللاشعورية بطريقة علمية . ولذا رأى « باريتو » أن تصريحات الإنسان الشفوية ، وحركاته ، واستنتاجه ، لا تصدر ، في الغالب ، عن منطق ، وإنما تصدر عن عواطف ، وغرائز ، ومشاعر كامنة في جوفه ، فالأساس في تصرفات الفرد ، هو الغريزة والعاطفة ، وليس المنطق والاستنتاج . ويمثل هذا قال « سبنسر » Spencer إن العالم تحكمه العواطف ، وما الآراء إلا للارشاد ، وميكانيكا الاجتماع قائمة على الأخلاق ، لا على الرأي وتلك الآراء تختلف كل الاختلاف عن نظرية « ليبون » وأصحابه الذين قالوا إن الآراء هي التي تقود العالم . والمدرسة الإيطالية تكشف لنا الميدان القبيح الذي تفزوه الدعاية وتستغله استغلالا علميا ، إذ تخاطب القلوب ، لا العقول والأفهام .

وقد نشطت تلك المدرسة ، وظهر من رجالها فلاسفة من



أمثال « جورج سوريل » G. Sorel و « كارل مانهيم » Karl Mannheim ، ولحسن منذ قيام الحرب العالمية الأولى ، أضحت « علم النفس السياسي » مادة مستقلة وقائمة بذاتها ، وكانت هذه المادة ثمرة التوفر على فن الدعاية السياسية والتخصص فيه ، إذ تبين أنه لا بد من أن يوجد إلى جوار السياسة ووراء الدعاية أو رجاها خبراء يدرسون الرأي وطبيعته وتكوينه ، والدور الذي يلعبه والأمراض أو المؤثرات التي تعتريه ، والدعاية تعمل بهدى من هذه الدراسة والنتائج العلمية التي يصل إليها أساتذة هذا الفرع من فروع علم النفس . وبالتعمق في هذا المضمار أمكن الاهتمام إلى استراتيجية للدعاية . والدعاية ، كما ذكرنا ، تسلط على الجمهور ، وما الجمهور إلا جماعة من الناس ، جمعهم الظروف والمصادفات أو المصلحة أو غير ذلك في مكان واحد . وكل فرد في هذا الجمع يتأثر بالجو الذي يتواجد فيه أكثر من تأثره بذاتيته ، ولطالما يفقد ذاتيته بمجرد وجوده ضمن الجماعة وينساق وراء الفكرة المشتركة ، ولكن الجمهور هو تكتل اجتماعي ، أو مجموعة آحاد ضمتهم حالة نفسية واحدة ، وتزداد أهمية الجماعات في وقتنا الحاضر ، فيقال جمهرة قراء هذه الصحيفة أو تلك ، وجمهرة مستمعي الاذاعة اللاسلكية . وأهم من يعني به الداعية من هذه الجماهير ، أولئك الذين يدفعهم إحساس موحد ، فيسهل إقناعهم . والفرد في العادة ، يشعر بحاجة إلى التواجد

ضمن جماعة ، لأنه في العزلة ضعيف ، وبمجرد انخراطه في سلك الجماعة يقبل ويندفع وراءها ولو على غير هدى . والجماعة لا تتحرك بغير قيادة ، وقد نكون هذه القيادة زعيا أو مبادي . تدبر بها كما يدبر الناس بالكتب المأثلة . ولكن تنتظم الجماعة ، لا بد من أن يكون لديها استعداد للتفاضي عن الفوارق ، وإغفال الفرقة . وحينئذ يقف الجدل ، ويصبح الرأي مبسطا وسهلا ، وتسير الجماعة بحركات تلقائية ، وهي عادة لا تفكر ولا تقدر ، ولا تحفل بالمسئوليات ، وإنما تكون حركاتها انعكاسات للفراغ ، وقد تدفعها إلى العنف والقسوة ، وتجعلها عديمة الصبر ، قليلة الاحتمال ، شديدة الأنانية ، وهزها الحماس ونهرها المطولة ، ذلك لأن جذوة العواطف ، والانتفعالات ، لا تترك مجالا للتروي ، بل تدفع نحو العمل السريع ، وطلب العاجلة ، والمبالغة إلى حد التعصب ، وإشباع غريزة الدفاع عن النفس ، وهي من أقدم الفرائز في الانسان ، وحيثما تنطلق تقاتل وتناضل وقد تخرب . والجمهير لا يستطيع أن تقف جامدة وقتا طويلا ، فلا بد لها من رجل يحركها أو صور أخذة تهزها .

والجمهير لا يحب أن تنتقد كثيرا ، لأنها تتغذى بالعبارات الجوفاء ، والكلمات الرنانة : حرية ، وطن ، بلوريتاريا ، وهذه الكلمات ، كما للثورة مفعول سحري عند الجمهير التي تأخذ

بظواهر الأشياء ، وتعتق المذاهب والآراء بالمصادقات  
المحضة .

وهذا يفسر لنا مستوى تفكير الجماعة ، وهو مستوي رجل  
لا يستقرئ ، ولا يستنبط ، بل يصدق ما يلي به إليه  
في عبارات خلافة ، ويفعل ما يؤمر به . وحسبنا برهاننا  
من فلاسفة الثورة الفرنسية ، فقد كانوا حقا فلاسفة وحكماء ،  
ولكنهم في أتون الثورة ، كانوا يقدمون العواطف ، على  
ما يقول به العقل والمنطق السليم ، وكثيرا ما عبثوا وأتوا  
بالأعاجيب .



والرأى العام ، هو تيارات مختلفة ، تتكون نتيجة  
اتصال الآحاد بعضهم ببعض . ويرى علماء النفس أن أوشاج  
الصلات بين الناس من نوعين : نوع أولي وآخر ثانوي .  
والصلات الأولية ، هي الصلات المباشرة والمستمرة ، كصلة  
الرجل بأفراد أسرته أو بأصدقائه المقربين إليه ، وهي صلات  
مستديمة ومتجددة . والصلات الثانوية ، هي من نوع صلة  
الفرد بالطبقة الاجتماعية التي ينتمى إليها ، كصلة العامل  
بالعمال ، الزارع بالزارع ، وليس حتما أن تكون بين المرء  
وبين من يتصل به بصلة ثانوية معرفة ، بل الصلات الثانوية  
بجردة من الأسباب التي تؤدي إلى تبادل الرأى أو اتحاد

المشرب ، كصلة الدم أو الصداقة ، ومثلها صلة المصرى  
بالمصريين ، فأنها غير شخصية ، ولا تتجه إلى فرد معين بالذات ،  
ولكن إلى الجنس ، ولكي تكون الصلة من هذا النوع  
تتوفر العناصر الآتية : —

١ — عدد من الناس يعمل بهم الإنسان في حياته اليومية ،  
فهو يتصل بالخوذي ، والحلاق ، والبقال وبائع الصحف ،  
مثلا ، وليس من الضروري أن يعرف أحدهم .

٢ — صلات اجتماعية مراضة ، وفي حدود لا تتعدها .

٣ — طابع اقتصادي ، فيتطلب عنصر تبادل المنفعة  
والمصالح والخدمات على ما عدا ذلك من الاعتبارات .

خذ مثلا ، كسارى التزام ، الذى يشتغل بالخط رقم كذا  
وهو الخط من بيتك إلى مقر عملك ، قد يكون هو نفس  
الكسارى الذى تلقاه كل صباح ، ولكن لا يعرف أحدا  
الآخر ، ولا يسري بينكما تيار الفكر أو العاطفة ، بل تعطيه  
القرش ، ويعطيك التذكرة ، وقيمة التذكرة محددة مقدما  
بمعرفة شركة التزام ، فليس ثمة مجال للمناقشة أو الأخذ  
والرد .

وفي الجماعات الصغيرة والقطرية ، يكون الأمر غير هذا ،  
ففي القرية يذهب الفلاح إلى الجرار ، ويشتري منه اللحم ،  
ولكن يعرف بعضهما بعضا معرفة تكفي للحديث في شئونهما

الخاصة ، وفي الشؤون العامة التي تهمهما ، فتعد هذه الصلة من النوع الأولى . وقد بما ، وحينما كانت المعاملة تتم بالمقايضة لا بالنقود كانت الصلات أولية . وكلما انتقل الانسان إلى الحياة الحديثة ، وعاش في المدن الكبيرة الصاخبة يجد أن الصلات الأولية تتضاءل شيئا فشيئا ، وتغلي السبيل للصلات الثانوية . وفي بعض البلاد كنيويورك توشك الصلات العائلية أن تصبح ثانوية . وفي مجتمع تغلب فيه الصلات الثانوية على الصلات الأولية ، تتعدد المصالح ، حتى تصبح أساس صلات الانسان ، وتبعاً لذلك يختلف الحكم على الأشياء ، وعلى الأفراد في جماعة تعمرها الصلات الثانوية ، لا يمكن أن يكون الحكم على أفرادها صحيحاً لصعوبة المعرفة الشخصية . ومن ناحية أخرى ، تصبح الحياة آلية ، ولا يعرف الناس بعضهم بعضاً بالهولة والبساطة ، المعروفة في قرية صغيرة أو في مجتمع أولي .

### طبيعة الرأي العام

هناك رأي عام ، ورأي خاص . ولكن ، مامعنى كلمة رأي . ؟ الرأي هو التعبير عن فكرة ، ويجب أن تفرق بين الحكم والرأي ، وبين الحكم على الحقائق والحكم على الوقائع ، ولكي نبين الفرق ، بين الرأي والحكم ، نضرب لك مثلاً . جرت الانتخابات ، ولم يفز حزب ما بأكثر من عشرة في المائة من الأصوات ، وتبحث عن الأسباب ، فتقول إن هذا الفشل

يرجع لكون الحرب لم يكن له برنامج مفهوم أو مستساغ ؛ هذا هو حكمك على الحزب ، ولكن تصويتك ضده أو لصالحه ، هو رأيك فيه . ويختلف الرأي عن الاتجاه ، والاتجاه هو اتخاذ موقف معين في مسألة مما يرى فيها الناس رأيا . والآراء ليست عامة ، بل هي نسبية ، وليس حتما أن يكون كل رأي مبنيا على مسوغات ، أو هو نتيجة لمقدمات منطقية ، والآراء تختلف عن المشاعر والمواقف والعقائد .

وكل مسألة تصلح لأن تكون موضوعا للرأي ، فلا سان يستطيع أن يرى رأيا خاصا في أي حادث يقع أو قانون يصدر ولكن هذا رأيه هو وليس رأيا عاما . والصعوبة في معرفة ما إذا كانت الآراء الخاصة ، في موضوع ما قد صارت رأيا عاما . وهذه مسألة يشغل بها المؤرخ ، والصحفي وأستاذ علم النفس ؛ وبعد البحث والتحصيل يقال : يرى الناس كذا أو يرى المصريون كذا ، أو الرأي العام في المسألة هو .. الخ ونستطيع أن نعرف ، من ملابسات الحال إن كان هناك رأي عام في مسألة أم لا بوجد رأي عام ، فحينما ترتكب في حي من الأحياء جرعة خطيرة ، يشغل الكلام عنها تفكير الناس في ذلك الحي ، فتوجد حالة رأي عام ، ولطالما يفضل الرأي العام في الحكم على الأشياء ، ولكن هذا شيء آخر غير مسألة وجود رأي عام في الموضوع .

ونستطيع أن نعرف إن كان هناك رأي عام من وقع

المسائل والحوادث على الجمهور . وتختلف انفعالات الجماهير عن الرأي العام ، فلك الانفعالات لا تكون عادة نتيجة رأي ولذلك قد يتظاهر الجمهور لرأي ، ثم لا يلبث أن يتظاهر في اليوم التالي للرأي المضاد .

ولا نود أن نتطرق لبحث تلك الدقائق الفنية ، فخيراء الدعاية يدرسون موضوع الرأي العام ، وكيف يكون ، وما يعتريه من ذبذبات أو هزات دراسات فنية معززة بالاحصاءات والرسوم البيانية . ونكتفي بأن نقرر إن الرأي مضافا إلى الجمهور ، هما المجال الذي تعمل فيه الدعاية . ويقال إن الفرد الواحد يحمل في طيات عقله لونين من الآراء . فهناك آراء منقوشة في اللاشعور ، ومرجعها عقائد عميقة راسخة ، وهي لا ترحز ولا تلين ، وتوجد بجانبها آراء سطحية ومتناثرة ، وهي آراء مكتسبة وغير مستقرة وقابلة للتغيير ، وللتناقض ، ويمكن العدول عنها . والآراء الراسخة هي التي تكون شخصية الفرد ، ولكن اللون الثاني من الآراء يخضع لمختلف المؤثرات الاجتماعية . ومما لا ريب فيه أن المرء يشاطر جماعته الكثير من الآراء الراسخة العميقة ، ويحصل بين الأفراد تبادل لاشعوري ، وتنقل طبيعي في تلك الآراء فالعقيدة الدينية مثلا ، تولد مع الانسان نتيجة ميلاده في أسرة تدين بهذا الدين الذي يعتقه ، وعمل الدعاية هو التأثير على النوع الثاني من الآراء ، ولكنها تعجز عادة عن اقتلاع رأي راسخ

ومتأصل. وليس ثمة ما يمنع من أن تنوم الآراء العميقة ،  
وتعطل بصفة عارضة ومؤقتة ، ولكنها لا تنتزع . ولذلك  
يقال عن الرأي العام إنه متموج وغير مستقر . والآراء  
السطحية التي هي مادة الرأي العام ، ليست بمعزل عن الآراء  
العميقة المتأصلة ، بل هي على اتصال بها . ولذلك تعمل الدعاية  
للتأثير على العقائد الراسخة ، وتناجيتها ، وبغائي الدعاة مشقة  
كبيرة حينما تكون الآراء التي يبشرون بها ، متعارضة مع  
المعتقدات ، وتكون مستحيلة كلما استحوالت الملازمة بين  
ما ينادون به ، وما هو راسخ ومستقر في القلوب ، والأمر  
يتوقف على لباقة الداعية ، وسعة حيلته . ولذلك كانت الدعاية  
الألمانية في مناهضتها للشيوعية ، تستثير عواطف المسيحيين  
في أوروبا باعتبار أن الشيوعية منافية للأديان ، وتحاول  
بإهاجة الشعور الديني أن تستنفر الشعوب المسيحية ضد  
الشيوعية . وعلى هذا المنوال تعمل دعاية الكتلة الغريبة الآن  
في بلاد المسلمين ، لتقيم من العقيدة الإسلامية سياجا ضد  
المبادي الهدامة ، وتيار الشيوعية . وفي ظل الدعاية الأمريكية ،  
عقد أخيرا مؤتمر في بيروت ، يضم رجال الكنيسة وبعض  
علماء الدين الإسلامي ، ووجهت الدعوة لحضوره إلى فضيلة  
الأستاذ الأكبر شيخ الجامع الأزهر ، وغرض المؤتمر البحث  
عن المبادي المشتركة بين الإسلام والمسيحية ، مما يصلح لأن  
يكون مادة للتأثير على شعوب الشرق الأوسط ، لتناهض



الشيوعية . ولكن أحدا لم يدع إلى مؤتمر كهذا لبيان حكم  
الاسلام على الاستعمار الرأسمالي ، وهذا هو السر في فشل  
كثير من الجهود التي تبذلها جمعية أصدقاء الشرق الأوسط  
الأمريكية وضياع الأموال التي تنفقها الدعاية الأمريكية في هذه  
الرقعة من العالم هباء منثورا ، والدعاية لا تنجح إلا إذا تزهت  
عن المآرب الخاصة .

ويمكن القول بوجه عام إن الدعاية في ذاتها فن يحتمل  
به الدعاة على الرأي العام ، محاولين التوفيق بين ما يقولون ،  
ويكتبون ، وبين العقائد الكامنة بين جوائح الصدور . وليس  
في مقدور أي فرد أن يدعى أنه أقام شخصيته وكون آراءه  
متحررا من الوسط الذي يعيش فيه ، والبيئة التي تلي منها  
الشيء الكثير بالمراث ، وهو يظهر في صور تختلف باختلاف  
ظروف كل فرد ، وما يعتريه في حياته الخاصة ، وفي مراحل  
إعداداته وتكوينه وإلى جانب عامل الوراثة البيولوجية  
والنفسية ، تتدخل الجغرافيا ، والمناخ ، والسن ، والمركز  
الاجتماعي ، وغريزة التقليد ، والمنطق ، وكلها عوامل تتفاعل  
فينشأ عنها التفكير الفردي ، ثم الرأي العام ، تبعاً لذلك .

والعدوى الاجتماعية تعتبر من الأهمية بمكان . ويندر أن  
تجد فردا لا تنعكس عليه التيارات التي تمر ببلده وبالمجتمع  
السياسي الذي يعيش فيه . وكل فرد يتأثر باتجاهات وآراء  
عشيرته وجيرانه بدرجة تتفاوت بتفاوت الاستعداد الشخصي .

وكل امرئ يحمل في رأسه وعاء آراء متعددة ، وتفكيره يمكن أن يكون في وقت واحد نتيجة لآراء الذين يشاطروهم العيش ، وعاملا من عوامل تكوين تلك الآراء . ولولا ذلك ما كانت هناك وحدة اجتماعية ، فالآراء التي تتلاقى وتتفاعل هي التي تقرب بين الناس ، وتقيم الروابط الاجتماعية والسياسية ، وحينما تضارب الآراء يتقاتل الناس ، وحينما تمتد الخصومة بين الرأي العام في بلد ، والرأي العام ، في بلد آخر ، تنفجر الحروب .

وجملة القول ، إن الرأي العام هو التعبير عن القيم الاجتماعية . وله قوة جبارة غير ظاهرة ، وهذه القوة الساحرة هي التي تضبط الأجرام ، وقف وراء القوانين . ولا يستطيع الحاكم أن يتجاهل هذه الحقيقة ، بل هو مضطر لأن يحدد موقفه من الرأي العام ، وينظم علاقته بهذه القوة السرمدية ، ويحركها ، والويل له إذا استهان بها أو تحداها . ولذلك فإن فن الحكم يعتمد على دراية واسعة بالرأي العام ، وتوجيه له ، وهذه هي وظيفة الدعاية السياسية .

وتلك هي نقطة الابتداء في ميكانيكا الدعاية .

## الفصل الخامس

### نظرية الرعاية السياسية

تستخدم الدعاية ، « علم النفس السياسي » ، في تحقيق أغراضها ، وتستعمل في العصر الحديث ، وسائل وأساليب علمية ، ومن كل هذا يتألف إطار ما يسمى الآن « بنظرية الدعاية » ، تلك النظرية التي صاغها علماء السياسة ، بعد تجارب طويلة ، ودراسات لعصور مختلفة .

والذي يهمنا أن نعرفه من هذه النظرية ، هو الخاصية المميزة لفن الدعاية ، وهي أنها جماعية أي توجه إلى الجماعات ، فهي لا توجه إلى أفراد ، ولا يلقى بها لمعالجة حالات خاصة أو عارضة ، ولذلك ارتفعت الدعاية إلى المستوى الذي جعلها جزءا هاما في جهاز الدولة ، ومرفقا عاما يستخدم في أداء خدمة عامة ، على سبيل الدوام والاستمرار ، وتلك رسالة يباشرها القادرون على حملها ، طبقا لقواعد مستمدة من القانون العام .

وقد نادى « هوبس » بتركيز سلطات الدولة التي أُلهمها في يد واحدة ، وتكلم عن وظائف هذه الدولة ، فذكر منها

وظيفة تكوين الأرواح والآراء ، وأباح لها أن تمنع انتشار بعض النظريات ، وتزوج لغيرها .

وظهر لينين ، فأطاح في المطالبة بأن تكون الدعاية ، عدة دائمة من أدوات ذلك البناء للمسمى الدولة . وعلى نفس الوتيرة قال الدكتور « جوبلز » في خطابه المشهور ، بنورمبرج ، في ٦ سبتمبر سنة ١٩٣٤ ، ما نصه :

« إن الدعاية السياسية ، وهي فن ، يقوم بفرض اتجاهات الدولة ، في قلوب الجماهير ، إلى الحد الذي يجعل الشعب مؤمنا بأنه ارتبط بالدولة برباط غليظ ، هذا الفن ، لا ينبغي أن يقتصر عمله على التمكن من السلطة ، ولكن يجب أن يستخدم في إرساء قواعدها وتثبيت أركانها ، بعد أن تم الاستيلاء عليها . . . . . إنه السلاح البتار في التمكن من الحكم ، وسيظل السلاح الأقوي في تدعيم الدولة وإقامة حواشئها . . . هذا السلاح الذي استعملناه في الوصول إلى الحكم ، سيظل في خدمة الدولة ، ما دما مصممين على الاحتفاظ بمناصبنا ، فيه نتصل بالشعب ، ويتصل الشعب بنا » .

ومنذ أن ألقى « جوبلز » خطابه المشار إليه ، صارت الدعاية هي القوة المهيمنة على تلك السياسة . وهذا هو الحال في روسيا السوفيتية التي جعلت النظرية الماركسية انجيلا ، نبع منه أنظمة الدولة . وتسير الدعاية مع كل عمل سياسي جنباً إلى جنب ، حتي لم تعد مجرد أداة في يد السلطة الحاكمة ،

وإنما هي بنفسها حكومة ، وتغلغل في سائر فروع نشاط الدولة .

وهل تستطيع أن تؤدي وظيفتها ، على وجه مرضى ، إلا إذا كانت لها وحدة وذاتية ، وانضوت تحت لوائها كل الأهداف والمثل العليا . ويتم ذلك باخضاع الدعايات الفرعية لفكرة عامة ، ووضع جميع وسائل الدعاية ، تحت إشراف إدارة مركزية ، تغذيها جميعها ، فهي لا تطبق اللامركزية ، ولا تقبلها ، وكل دعاية لمثل أعلى يجب أن تضع نصب عينها المصالح العليا والسياسة العليا ، وغرض الدولة الأم ، وتذوب في كل هذا .

وفن الدعاية السياسية الحديث ، لا يعبأ في تحقيق أهدافه بالفضائل ، وقوانين الأخلاق ، بل هو يستيح الكذب والتلفيق والغش والخداع ، ويعتبر نشاطه عمليات كروفر ، فلا يضيره في شيء أن يعدل عن رأي نادي به ، أو أن يقول كلاما يناق كلاما قاله من قبل ، وهو يهادن وبلين حيث يجب اللين ، ويتكيف طبقا للملابسات الحال ، وإنما الذي لا يتغير قط هو الأهداف العليا ، وقد وضع لينين مؤلفا مماء مرض الكساح الذي يعتري الشيوعية ، ومن بين ما أورده في هذا الكتاب من آراء قوله أنه لا حرج على الدولة ، إذا ألجأتها الضرورة لإبرام صلح مع عدوها ، وتنازلت مؤقتا عن بعض طلباتها ، كي تستطيع أن تترصد للعدو ثم تباغته

فتضربه ضربة تجهز عليه . وهناك شبه إجماع بين علماء الدعاية على القول إن الأخلاق هي التي تخضع للدعاية ولكن الدعاية لا تخضع لها .

ويستخدم فن الدعاية ضمن ما يستخدمه من الأجهزة والامدادات ، الثقافة والتعليم ، وذلك لتخريج نشء تنصب أفكاره وعقائده في ذلك العمل الذي تشرف عليه الدولة ، وتديره بدعايتها . ومن أجل ذلك تعمل الدول الدكتاتورية على تغيير الحقائق العلمية وإخراجها في ثوب لا يتنافى مع نظام الحكم وأهدافه . وتحرص تلك الدول على الهيمنة على مرفق التعليم هيمنة تامة . ولا تنجو من هذه القبضة طبقة واحدة من طبقات المجتمع ، وتمتد تلك السيطرة إلى سياسة التعليم في مختلف مراحلها ، وفي تلك البلاد يمنعون المدارس الخاصة ، ويراقبون المحاضرات العامة ويسدون كل باب تدخل منه ثقافة لا توافق مزاج الدولة أو تتعارض مع سياستها العليا ، ويقول الشيوعيون إن كل فرد في الدولة يجب أن يفكر طبقا لما تراه الدولة ، لأنه يعيش لخدمة الدولة .

ولم تنفرد البلاد الشيوعية بهذا الأسلوب في التعليم ، فقد قرر هتلر في كتابه « كفاحي » أن التعليم يجب أن يكون في خدمة الدولة ولا يستهدف غير مثلها الأعلى ، وأن يستخدم في خلق المواطن الصالح الألماني .

وعذر الدعاية السياسية في هذه السيطرة أنها تسلط على



سليبا ، بل نريد عملا إيجابيا ، لأننا وإن ظفرتنا بتأييد الأعلية فسوف لا تقدر على تحقيق رسالتنا إلا بتأييد إجماعي وعمل إجماعي »

ومن المسائل التي أرشد إليها لينين ضرورة الاتصال بالشعب كي يفهم الشعب قادته فهما صحيحا ، وعلى القادة أن يسمعوا كلام الشعب ، وهذا لا يتم إلا بإنشاء صحافة شعبية تكون متداولة في أيدي الجماهير . ولكي يصغى الشعب لقادته ، لابد من التواضع وعدم الصلف ، وأن يصغى القائد لكل فرد مهما انحط مستواه الاجتماعي .

ويقول هتلر : « إن أية دعاية لا تنجح إلا إذا كانت شعبية وصيغت في أسلوب يلائم عقلية أقل الناس إدراكا ، ولذلك فانه كلما زاد عدد من توجه إليهم الدعاية اضطرت إلى النزول إلى مستوى تفكيرهم » . وأضاف لينين أنه إذا كان ولا بد من أن تنزل الدعاية إلى مستوى الجماهير حتى تكون سهلة المذاق ، فيجب ألا تنسى أن عليها أن ترفع الدماء ، حتى يشاركوا في الحياة العامة ، وأن تثير فيهم روح الابتكار ، وقال : « نحن في حاجة إلى مزيد من التقرب للشعب ، التقرب من الكتلة الشعبية ، من الموظفين والفلاحين والعمال ، ولا نستطيع أن نعتمد على أولئك الذين ناصرنا الثورة الاشتراكية حتى الآن ، وانضموا إلى الحزب دون تبصر . علينا أن نعلم هؤلاء كيف يحكمون على الأشياء



بأنفسهم وكيف يتخذون قرارات بأنفسهم ، وأن نهى لهم فرصة إيفاد مندوبيهم إلى المؤتمر وإلى السوفيت وإلى كراسي الحكم ، والجاهل عاجزة عن الوقوف على قدميها بمفردها ، ولا نستطيع أن ندعها قريبة هذا العجز بل يجب أن نكون عمالا تواراً ، يتكونون في الحزب ، ويستفيدون من الاتصال بالمتقنين إلى أن يرتفعوا إلى مستوأم ، ولذلك فإن واجبنا الأول هو أن نشقف العمال حتى يصل حظهم من الثقافة إلى درجة قريبة من حظ المتعلمين ، وكل هذه المبادئ تعد خطوطاً رئيسية في نظرية الدعاية الحديثة في البلاد التي ذكرناها .

وطريقة رفع مستوى الدماء هي مخاطبتهم على قدر عقولهم ، والتدرج في رفع مستوأم حتى يبلغوا الدرجة اللائقة .

والدعاية في العصر الحديث تستعمل مختلف الوسائل والأساليب كي تغزو الفكر في شتى ميادينه ، وفي سائر مراتب العيش ، وتحيط الأفراد والشعوب بخيوط العنكبوت ، التي تتأصل حتى تصبح شبكة فولاذية لايسهل كسرها ، وتضييق خرومها ، فتصبح مع الزمن صماء ، بحيث لا تنفذ منها الدعاية المضادة وطابع الدعاية الآن هو الاحتكار ، أي احتكار الأجهزة والوسائل المختلفة ، فلهيئات الحاكمة ، كالحزب الشيوعي ، والحزب النازي ، في عهده الزاهر ،

كانت تخضع الأدب وتسخره في أغراضها ، وفي دعايتها ،  
وقد قال لينين : إن الأدب لا قيمة له إلا إذا كان عجلة صغيرة  
في تلك العربة الكبرى ، ويعني الديموقراطية الاشتراكية .

والدعاية في تلك البلاد لانكتفى باحتكار الوسائل بل  
تكون هي نفسها احتكارا في يد الدولة فلا تقبل المنافسة  
ولا تسمح لجهاز آخر بالوقوف في جانبها ، ذلك لأنها تربي  
إيماننا ، والإيمان يجب أن يكون واحدا ولا ثاني له .  
ويجب أن نقول من باب الانصاف أن احتكار الدعاية ليس  
قاصرا على بلاد الحكم المطلق كروسيا وألمانيا النازية  
وإيطاليا الفاشية ، وإنما نكاد نرى هذا الاحتكار في البلاد  
الديموقراطية نفسها كإنجلترا وفرنسا والولايات المتحدة  
الأمريكية ولسكنه احتكار مستر ومتنكر ، وليس فاقعا ،  
ومع ذلك يكشف القناع عن وجهه في الأزمات السياسية  
الداخلية والخارجية وحينما تدخل تلك البلاد الديموقراطية  
في حروب ويتهدد أمنها وسلامتها . وفي أوقات السلم  
والاستقرار لا يمكن القول أن الدعاية في البلاد الديموقراطية  
الغربية حرة ، وبريئة من القيود ، فهناك قيود هينة لينة ،  
وأساليب خيثة مرنة ، تميل بالدعاية نحو الاحتكار أي تجعلها  
احتكارا في يد الدولة والشواهد على ذلك كثيرة جدا ،  
فالولايات المتحدة الأمريكية التي تتبدى السلافة كله في ثوب  
قشيب فضفاض وتصف نفسها بأنها قوامه على ماتسميه

بالعالم الحر ، وأنها الحصن الحصين للحریات ، تلك الولايات المتحدة الأمريكية ، تنفق حكومتها في الدعاية أموالا طائلة وتخرج هذه الدعاية من الولايات المتحدة وتخرق الأجواء والبحار والمحيطات لتغزو العالم القديم ، ويضيق صدرها إذا صادفت في ميادين نشاطها دعاية مضادة للمنطق الأمريكي ، وتتخذ ضدها مختلف الاجراءات التي لا تظهر للعيان ولكنها اجراءات صارمة ، وشعب الولايات المتحدة الأمريكية يقضي حياته الآن وهو يسبح في بحر لجى من الدعاية التي توجهها الدولة وتدور كلها حول فكرة خاطئة من ناحية التاريخ ومن ناحية الواقع إذ تتصور وتصور أن الأمريكيين هم الشعب المختار وأنهم انحدروا عن آباء وأجداد ممتازين ، وأنهم كانوا درعا للحریات ، وحماة للسلام ، وإذا قام في أمريكا ، من أبنائها رجل قال الحقيقة ونشر التاريخ كأن بين مثلا أن الأجداد المهاجرين قد سفكوا دماء أصحاب البلاد الأصليين وعلى أنقاض الأشلاء والمهاجم أقاموا وطنًا يباهي به الأحفاد ، أو قال إن أمريكا حصن السلام هي التي لعبت الدور الأكبر في تشريد ملايين العرب من فلسطين وانتهت بهم إلى وضع يلوث تاريخ حقبة وأجيال ، إن قام رجل وقال هذا ، أو قال مثلا إن أمريكا استعمارية بكل معنى الكلمة ، يقولون له إنك مواطن غير شريف ويكون جزاءه الطرد من الولايات المتحدة الأمريكية . ثم إن هذا الشعب

الذي اجتلى بالفرور إلى حد الهوس ، يأبى إلا أن يفرض  
لنفسه وصاية على العالم القديم متذكراً تحت مبادئ إنسانية  
أو مساعدات وهمية ، لأنه استمرراً الاستغلال الاقتصادي  
على أوسع نطاق ، ويستعين في الوصول إلى غرضه بالدعاية  
السياسية التي يذهب فيها إلى حد البهلوانية والجنون .



وقد اوضحت الدعاية كما ذكرنا إدارة كبرى من إدارات  
الدولة ، وقد قال الدكتور جوبلز ، في خطابه الذي ألقاه  
في ٦ سبتمبر سنة ١٩٣٤ والذي تقدمت الإشارة إليه أن  
الدعاية لا غناء عنها في بناء أية دولة حديثة لأنها أداة الاتصال  
بين الحكومة وبين الشعب .

ونظراً لأهمية الدعاية ، كثيراً ما يباط الأشراف عليها  
برئيس الحكومة نفسه ، لأنها وثيقة الصلة بسياسة الدولة  
الداخلية والخارجية ، والرئيس أو الوزير المختص يستعين  
بالخبراء الذين يحترفون من الدعاية ولهم فيه تجارب طويلة  
ومعارف واسعة ، بل ولهم مواهب خاصة ، لأنه ليس في  
وسع أي فرد أن يشتغل بالدعاية ، فالأمر من الدقة يمكن  
ويحتاج إلى مرونة وقوة خيال وقوة شخصيته وغير ذلك  
من الصفات وكان يرى الدكتور جوبلز أن الدعاية يجب  
أن تكون قادرة على الانشاء والابتكار ، فهي ليست من

أعمال البيروقراطية والروتين المألوف ، بل هي تعتمد على الخيال الخصب ، والدعاية الممتازة رجل فنان ويجب أن تكون عنده خبرة ودراية بال جماهير ، وأن تكون له أنامل ونبرات تستطيع أن تدق على أوتار القلوب ، وأن يعرف كيف يطبع الآراء في عقول الناس وكيف يزرع العقائد وينميتها ، ويخلق من الدم إيماناً وطنياً وتغانياً في خدمة الدولة . والدعاية عند جوبلز يجب أن يملك ناصية القول وناصية العلم وأن تكون عباراته وإعلاناته ونشراته كالسحر بحيث تأخذ بالألباب وتهز القلوب ، ويجب أن تتوفر فيه ميزة استخدام الوسائل العلمية وغيرها التي يؤثر بها على الجماهير فيعرف كيف يستخدم الصحافة والسينما والاذاعة ويحقق أهدافه في أقصر مدة ممكنة . وفي عصر التقدم التقني والصناعي ، عصر التليفزيون ، يجب أن تعرف الدعاية كيف تستخدم الوسائل الجديدة في الأغراض السياسية على أوسع نطاق ، ويجب أن تقدح ذهنها لتبتكر وسائل جديدة تحصل بها على نتائج فعالة .

والدعاية لا تترك عملها ونشاطها للمصادفات المحضة ، بل هي أشبه بأوركستر يعزف للناس صباح مساء دون أن يصيبهم الاعياء ، ويعمل طبقاً لبرامج تعد أدق أعداد ، والرجل الذي يشرف على الدعاية يجب أن يكون رجلاً

عبقريا ، فهو داعية وخير يعلم النفس ومعلم وسياسي ويجب أن يحيط إحاطة تامة بكل العناصر التي يستخدمها وكل جوانب النشاط الذي تبذله إدارته والامكانيات التي لا حصر لها مما يوضع ويستطيع أن يضعه تحت تصرفه ، وأهم من ذلك يجب أن يكون قلبه عامرا بنور الايمان الذي لا يتزعزع وأن يكون إيمانه بنظام الحكم الذي يدعو له راسخا كالجبال الرواسي ، وأن تكون عواطفه متقدة ، وألا يضع حداً لنشاطه ، ومن الخطر البين أن يتسرب الوهن إلى قلب وزير الدعاية أو رئيس الدعاية عادة وهو شخصية جذابة ومؤثرة ويجب أن تكون الجماهير مؤمنة به . وأن يكون عقله دائرة معارف غنية وخصبة وأن يتابع جميع الأحداث الداخلية والخارجية متابعة دقيقة . وتجنح بعض البلاد لاختيار وزير الدعاية من غير أعضاء حزب الحكومة حينما لا تجد بين رجال الحكومة الرجل الذي يجمع كل تلك الكفايات أو الذي تتوفر لديه الدراية بمختلف طبقات المجتمع أو الذي يتمتع بالصفة الشعبية ، وليس يكفي أن يكون هذا الرجل عالما أو أن يكون مؤمنا أو أن يكون نشطا ، بل يجب أن يكون قائدا للعقول ومحركا للمشاعر ومعبرا عما يختلج صدور مواطنيه في العصر الذي يعيش فيه . ووزير الدعاية هو الساعد الأيمن لرئيس الحكومة ، وهذه الصفة تحولها الوقوف على تفاصيل سياسة الحكومة في كل شيء والتدخل في أعمال الوزارات

الأخرى لتحديد ما أو تصحيحها في نطاق ما يقتضيه عمله من الإبقاء على ثقة الشعب بالحكومة أو حفظ سمعتها العالمية. وهو يسدى النصيح دائما لرئيس الحكومة ، ويوجهه لخير الوسائل المؤدية لتحقيق أغراض الدولة العليا ذلك لأن وزير الدعاية بحكم منصبه ، يستطيع أن يعرف مقدما الأثر الذي يترتب على القرارات التي تصدرها الحكومة أو الاجراءات التي تتخذها أو قوانين تكون في مرحلة التحضير وعليه أن يتفادى سخط الرأي العام قبل حدوثه .

وهذه السلطة المطلوبة لوزير الدعاية ، قد منحها الرئيس ولسون ، في أمريكا ، أثناء الحرب العالمية الأولى للمصحف « كريل » الذي كان يرأس لجنة وزارية تقدم الكلام عنها ، وكذلك كان لويد جورج في أثناء الحرب العالمية الأولى لا يبت في أمر إلا إذا رجع إلى اللورد « نورثكليف » وكان الدكتور جوبلز ، زهاء خمسة عشر عاما ، الساعد الأيمن ل هتلر وكان يتدخل يوميا في مختلف شئون الرايخ السياسية ، فوزير الدعاية الوطنية هو في الحقيقة ظل لرئيس الحكومة والرجل الثاني بعده ، إنه يوحى ويوجه ويحيط نفسه بجهاز ضخم من المتخصصين الذين يشتغلون في سائر الأقسام الفنية التي يتطلبها عمل وزارته ، لديه أطباء وعلماء النفس ، وعلماء في البيولوجيا وعلماء سياسة وصحفيون ورجال إدارة ، وفنانون ورجال سينما ، وبعض التكرات

من يتبعثرون في طبقات الشعب ويتعرفون إحساس مختلف تلك الطبقات ، وهو بحكم منصبه وصفاته الممتازة وقوة شخصيته يبعث الايمان في قلوب أعوانه ، ويحرك موات نفوسهم ويدفعهم دفعة قوية ، ولا يمكن أن تخضع وزارته للروتين المعتاد ، لأن هذه الوزارة أشبه بعمل أبحاث خطيرة ويجب أن تتخلص من جمود الروتين وأن تتأى عن البطء ، ثم إنها أركان حرب ، أو جيش يدير دفعة معارك يومية ، وفي هذا الجيش الجهاز الذى يجمع المعلومات والجهاز الذى يثير الجماهير والجهاز الذى يدعو فى هدوء .

واجب وزير الدعاية ، وهو رئيس الأوركستر الذى يعزف نشيد الوطن ، ويترنم بمثله العليا ، أن يكون ملها أولا بأول بالسياسة التى يتصدى للدفاع عنها ، وأن يكون لديه معين لا ينضب من الوثائق فى كل ما له صلة بعمله من النواحي السياسية والاقتصادية وغيرها ، وأن يكون على بية نامة بما يساور نفوس مواطنيه ، وما يعتلج بين جوانحهم من آمال وآلام ، حتى تكون الدعاية هى الغذاء والبلسم معا ، وأن يحسب ألف حساب لتقاليد الشعب وعاداته وطرائق عيشه . وعلى جهاز الاستعلام فى وزارته أن يطلعه على التيارات الفكرية المختلفة ، ومدى حدتها ، وأن يقف على رأى العام ، وتوجهاته ، كي يضع خططه الاستراتيجية طبقا لهذه المعلومات . وبعبارة موجزة ، لا بد أن يكون



الداعية لما الاثام الكافي بكل ما بهم بلاده . وهذا لا يتأتى إلا للذين وهبوا ملكة حب الاستطلاع ، وعشقوا البحث والدراسة العميقة ، لا السطحية .

قال الدكتور جوبلز : « الدعاية وسيلة تستهدف غاية . وهذه الغاية هي حمل الشعب على اعتناق آراء معينة ، إلى حد يجعل الشعب يلقي بنفسه ، طائعا مختارا ، وبغير مقاومة أو عناد ، في أحضان ذلك المثل الأعلى الذي رسمه الحكومة . والدعاية لا تصيب المرمى إلا إذا عرفت ما تريد ، وكان لها هدف واضح ومحدد ، وبعدئذ تستخدم جميع الوسائل والأساليب التي تصيب هذا الهدف » .

والمثل الأعلى واحد ، لا يتجزأ ، ولا يتلون ، ولذلك تضع الدعاية حواجز لا يمكن تخطيها ، وتقيد القائمين بها بتلك المثالية ، التي لا تقبل الذبذبة ، وعند تلك الحواجز لا يكون ثمة لين أو مرونة أو التواء ، بل عزم ثابت وتصميم أكيد ، وإلا انفسح المجال للعبث بالمثل العليا ، واختلفت وجهات النظر .

ولكن طرق العمل والتنفيذ لا تفرض فرضا ، بل ترسم الخطوط الرئيسية ، ويكون هناك إطار عام ، وتترك التفاصيل للداعية ليختار أنسب الطرق ، ويتصرف طبقا للملابسات والأحوال . وتختلف الوسائل والأساليب باختلاف

الأحوال فقد تكون هجومية أو دفاعية، سلبية أو إيجابية، وفائية أو إيحائية، ويختار الداعية أسلحته، بمنتهى الدقة، وينتفع في ذلك بفنه وخبرته ومعارفه الجمة. وعليه أن يحسن اختيار الوقت الذي يلائم دعايته. والخطوة التي يضعها لا تخلو من الاحتياط، والرصيد الذي يخترنه في جمعته المناسب الطيبة، وعليه أن يحسب حسابا للمعارضة التي يواجهها، كي يحتاط لها مقدما، ويأمن الاصطدام. والادارة المركزية للدعاية، يجب أن تكون من اليقظة، بحيث تسمع في الحال صدى دعايتها، وترقب نشاط الفروع التابعة لها، لتكون أعمال هذه الفروع متسقة مع الأصل، ولتأمن زلات أى فرع، فقد تفقد الهيمنة على رأى العام في جزء من البلاد، فتشتت "عدوى"، حتى يختلط الحابل بالنابل، وتضيع ثقة الجماهير بها، فكل عطب يصيب الماكينة يجب أن يقوم في الحال.

وتعين وزارة الدعاية لأعوانها وفروعها طرق تنفيذ برامجها، وتحدد اختصاص كل موظف تحديدا دقيقا، وتبين في منشوراتها ملاحظاتها وتوجيهاتها، ولا يستطيع موظف أن يستقل في اختيار الوسيلة أو طرق تنفيذ البرنامج، أو يدخل على البرنامج تعديلات يراها، فان الادارة العامة وحدها هي التي تغير وتبديل، وهي التي تدير معركة الدعاية. والاستراتيجية في هذه المعركة تفسر على منوال الاستراتيجية

الحرية ، فالأهداف الكبرى تظل كما هي ، ولكن الخطط والوسائل المؤدية إليها تكون قابلة للتغيير طبقا لسير العمليات الحرية .

وحيثما تبدأ المعركة ، تلي الدعاية في ميدانها بفكرة ، يكون قد وقع الاختيار عليها ، بعد بحث وتمحيص ، وهذه الفكرة يجب أن تكون قوية بحيث تهز الجماهير . وليست العبرة بقوة الفكرة فقط ، بل بحسن الاخراج . وتتفاوت الأفكار في قوتها ، ومدى تأثيرها على الناس ، فالفكرة المنطقية الرفيعة ، تلقاها الطبقة العالية الثقافة بارتياح ، ولكنها تسقط بالنسبة لجهرة الناس . ولذلك تنتهي الدعاية ، فكرة غامضة ، وغير محددة ، ولكنها تلهب الخيال . وكثيرا ما تقول الدعاية كلاما سخييا ، ولكنه يصير أنشودة الجماهير ، خذ على سبيل المثال ، تلك الكلمات الجوفاء : « الاستقلال التام أو الموت الزؤام » ، « الحق فوق القوة » ، والأمة فوق الحكومة » ، وحللها تحليلا منطقيا تدرك أنها بضاعة دعائية ، وقد وفقوا في الاختيار ، ولكنها غير منطقية .

والفكرة التي يقع الاختيار عليها كإداة للدعاية ، يجب أن تمتاز بالبساطة ، وألا تحتاج إلى فهم عميق . ولا يتصور قط أن يقوم داعية ليخاطب الجماهير بنظريات ، وبراهين علمية وقانونية . وإنما تنتهي العبادات القضاة ، الرثانة ، التي تصلح لمختلف طبقات الأمة ، وتسير الحمية ، وروح

التضحية ، وتهز العواطف هزاً قوياً . والشئ لا يكون حسناً في نظر الجماهير إلا إذا كان له يريق ، كيريق الذهب . ولا يكون قبيحاً إلا إذا كان شديد السواد .

ومخاطبة الجماهير فن يتطلب فيمن يخاطبهم درجة كبيرة من الدهاء وسعة الخيلة ، فالصراحة غير مستحبة في كل الأوقات ، ويجب أن تكون هناك نقطة ابتداء ، ونقطة أخرى تلتى عندها الفكرة الجديدة ، والفكرة التي يريد الداعية أن ينتزعها من رؤوس الناس ، ومن هذه النقطة يكون الابتداء ، ثم لا تلبث الدعاية أن تطبق على العقول والقلوب ، كالجيش تماماً حينما يكسب المعركة .

وبمجرد أن تلتى الدعاية بالفكرة ، عليها أن تعيدها بالتكرار الغير مفر ، والعقل المستمر ، إلى أن تقبلور ، وتستقر في الأفتدة . ولا بأس من أن تترك للجمهور مجال التعليق على الفكرة حتى يتذوقها ويستمرئها ، والطبيعة البشرية تأبي الكبت ، وكل فرد يحق للشعور بذاتيته ، ومن الخطر البين أن تصطدم الدعاية بهذا الشعور ، كما أن الدعاية يجب أن تتجنب إثارة شكوك الناس فيما تلتى به إليهم . وفي كثير من الأحيان ، يصحتم على الدعاية أن تخفي مصدرها ، وقد تلجأ لنشر الشائعات ، فتلقفها الجماهير ، دون أن تري اليد التي قدمتها إليها ، وقد استخدم الألمان هذه الطريقة

بمهارة فنية ، وحققوا نتائج سريعة في فرنسا في سنة ١٩٤٠ ،  
وفي بلاد البلقان في سنة ١٩٤١ .

وكان من رأى هتلر أن الجماهير ، تصاب بالتردد والذبذبة ،  
وأنها لا تقدر بمفردها على التمييز بين الغث ، والسمين ، فلاجتاح  
على الداعى ، إن بالغ في وصف بضاعته بأنها الاحسن ،  
وقال إن الحق في جانبه ، لا في جانب غيره ، ومما قاله في كتابه  
« كفا حى » .

« ليس الغرض من الدعاية أن نستعرض براع الأحراب  
المختلفة ، ونبين وجه الحق في كل برنامج ، ولكننا نبين فقط  
برنامج الحزب الذى ننتمى إليه . والبحث عن الحقيقة المجردة  
ليس من أغراض الدعاية ، إذا كانت هذه الحقيقة في مصلحة  
خصومنا . . . »

ومن واجب الدعاية أن تدفع الجماهير في اتجاه واضح ،  
وأن تعالج مسائلها بالحلول النصفية ، وأن تركز خصومتها  
ضد عدو واحد . ولا شك أن الأعداء متعددون ، ولكن  
لكى تنجح الدعاية ، يجب أن تضعهم جميعا في وعاء واحد ،  
وتحت مطرقة واحدة ، وأن تجد القاسم المشترك الأعظم بينهم  
وأن تقدمهم للجماهير ، كما لو كانوا عدوا واحدا ، يصدر  
عن غرض واحد ، وهذا من شأنه أن يقوى ثقة الجماهير  
بما تقوله الدعاية . وعليها أن تحصر الخلاف في نظريتين ،

مانقول به هي ، وما يردده خصومها ، وترجح كفتها على كفة غيرها .

وعلى الداعين أن يستأصلوا الشك من نفوس الجماهير قبل ظهوره ، وألا يتركوا للجمهور فرصة التزوي والتفكير الهادئ ، وهم يخاطبون الغرائز ، ويغذون العواطف ، ويستنفرون عواطف العدالة والوطنية ، ويضربون الأمثال التاريخية الرائعة ، ويناجون الشعور الديني والآمال الجسام ، وباستثارة الغرائز الطبيعية ، تستطيع أن تطرد من عقول الناس رأيا من الآراء ، وتقرس رأيا آخر مكانه (١) .

والجماهير عادة تحركها الغرائز والعواطف . ومن الخير أن تدق الدعاية على هذه الأوتار ، وأن تخلق عقيدة عامة للشعب ، وتدفعه للقبال على اعتناقها ، وترك الباب مفتوحا أمام المترددين وضعاف الإيمان ، حتى ينضموا إلى الجماعة . وعلى الدعاية أن تلبى بشباكها على الشخصيات القوية المعروفة بأنها تتمتع باحترام الجماهير وثقتها ، وتعمل على كسبها بكل الوسائل ، فانخرائط هؤلاء في الصفوف ، يمر وراءه عددا

(١) قال هذا هتلر في كتابه « كفاحي » . وراجع مؤلفات :

— Mac Dougall-The Group - Cambridge 1921

— Tchakhotine - Le Viol des Foules par la propagande - Paris 1939

كثيرا من الناس ، إذ يكون في ذاته إعلانا عن سلامة  
الفكرة التي اعتنقوها .

ولا يفوتن الداعية ، أن هناك وحدة بين المعاني التي  
يرددنها ، وأنه لا بد من التكرار ، بعبارات مختلفة ، وصيغ  
متنوعة . ومن أكبر الأخطاء التي ترتكبها الدعاية ، بذل  
الوعود التي لا يمكن تحقيقها ، أو التناقض في سياسة الوعود ،  
فالدعاية الألمانية قد منيت بفشل ذريع في الحرب العالمية  
الأولى ، وكان من أسباب فشلها ، أنها في محاولتها تفتيت  
جبهة حلفاء الغرب ، وعدت كل دولة منها بأراض ، كانت  
تمنى بها غيرها ، وهذا مما جعلها تفقد صفة الجد ، وأدى  
إلى نتائج عكسية .

والقائم بالدعاية يجب أن يكون له من الهبة والوقار ،  
ما يحمل الناس على احترامه وتقديره ، وتصديق ما يصدر  
عنه ، وإذا فقد هيئته ، ولو لمجرد شبهات تحوم حوله تصبح  
دعايته عديمة الجدوى ، وينصرف الناس عنه . ولذلك تلعب  
الشخصية القوية المبجلة دورها في مجال الدعاية ، ثم إن أعمال  
الدعاية نفسها يجب أن تتسم بالعظمة والجلال ، لا أن تكون  
مجرد مسرحيات ، وقد امتازت دعاية النازية بمظاهر الجلال  
والعظمة إلى حد بعيد . والعالم لا ينسى حتى الآن ، يوم ٩  
أبريل سنة ١٩٣٨ ، يوم أن أعلنوا عن مولد الرايخ الألماني  
الأكبر ، في هذا اليوم ، أوقفوا الحياة في ألمانيا كلها دقيقتين ،

وقف العمل ، ووقفت التجارة ، ووقفت حركة المصانع والآلات الضخمة ، وقف سريان الدم الألماني ، في الوطن الألماني الكبير مدة دقيقتين ، واتجهت قلوب ثمانين مليوناً إلى الله ، والرؤوس مرفوعة نحو السماء ، تنظر إلى القدر وما يخفيه وراء الحجب ، واهتزت الدنيا كلها بهذا المطهر الرائع .

ولو أن المسلمين ، في مشارق الأرض ومغاربها يفهمون دينهم حق الفهم ، ويدركون معانيه السامية حق الإدراك ، لهزوا أركان الكون جميعه ، في كل يوم بضع مرات ! تصور ملايين المآذن ، شاخصة نحو السماء ، وأصوات المؤذنين ، ونغماتهم الشجية ، تشق الفضاء ، وتلهب القلوب ، وهي تنادى أن لا إله إلا الله ، وأن محمداً رسول الله ، وهي تنفي باسم الرسول الأعظم . هذه هي حكمة الأذان التي عجز عن إدراكها بعض قصار النظر ، والذين لم يهد الله قلوبهم للإيمان ! !

انظر إلى المسلمين ، يوم الجمعة ، والحكمة البالغة ، في قوله تعالى : « يا أيها الذين آمنوا إذا نودى للصلاة من يوم الجمعة ، فاسعوا إلى ذكر الله ، وذروا البيع » إلى آخر الآية الكريمة . وفي ساعة الصلاة يجب أن يقف كل شيء إلا هذه التجمعات الرائعة ، والتوجه لله سبحانه وتعالى ، وفي هذا المطهر الرائع



ما يشعر الكفار بعظمة الاسلام وجلاله ، فوق ما فيه من فوائد أخرى ، لا يفتن إليها المسلمون .

وكما أن الانسان لا يستطيع أن يعيش على طعام واحد ، فكذلك الدعاية ، يجب أن تكون مبتكرة ومجددة ، حتى لا يؤدي التكرار إلى الملل ، وتصبح لغة الدعاية بطول التكرار مبتذلة . وكذلك يجب على الدعاية ألا تلاحق الناس ليل نهار ، فلا بد من فترات ، تهدأ فيها الأعصاب ، ويخلو الشعب إلى نفسه ، كي بهضم المادة التي تقدم له . وإذا اضطرت الدعاية إلى الكذب ، فالحذر ، الحذر ، من أن يفتضح أمرها بين الناس ، أو تسقط سقطات نقضى عليها وتمسخها ، وليس أى كذب مقبولا ولا مستساغا ، والسلامة فيما نرى ، في قول الحق ، ومجانبة الكذب والزور والبهتان . والدكتور « جربلز » نفسه ، قد أوصى بهذا ، إذ قال :

« إن الدعاية الطيبة ، لا حاجة بها إلى الكذب ، بل يجب أن تنأى عنه . وليس ثمة ما يدعو لتزييف الحقائق . والذين يقولون إن الشعب لا يطيق الحقيقة ، يرتكبون حماقة كبيرة ، فالشعب قادر على مواجهة الحقائق . وكل ما هنالك هو أن نشرح له الحقيقة بطريقة تساعد على فهمها . والدعاية الكذوبة ، تقدم ضد نفسها برهانا على أنها تدافع عن قضية خاسرة ، وهي لا تنجح على طول الخط . وإنما تنجح الدعاية ، في آخر المطاف ، حينما تدافع عن حق وعدل . والحق محتاج

الى من يعيد الطريق أمامه ، والقضايا العادلة لا تنتصر وحدها ،  
وانما يجب أن يدافع عنها دفاعاً متيناً ، وما الدعاية الا هذا  
الدفاع القوي .

والدعاية الباجحة هي التي تبدأ بالمسائل السهلة ، وتعطي  
الجمهور على قدر ما يستطيع أن يستوعب من آراء ، ولا تشغله  
كثيراً بالأدلة والبراهين ، ولا تبذل جهودها وامكانياتها  
في عدة ميادين ، وتقاتل في عدة جهات ، وتراقب انفعالات  
الشعب ، وآثار مجهودها ، حتى تظل محتفظة بقوة التأثير  
عليه ، ويظل مستعداً لتقبلها عن طيب خاطر .



فيما تقدم ، رؤوس مسائل ، أردنا بها أن نعطي القارئ  
فكرة عن استراتيجية الدعاية . ولكن لا يفوتنا أن نذكر  
أن تلك الاستراتيجية خاصة بالدعاية التي تقوم بها الحكومة  
في الداخل ، وأما الدعاية في المجال الدولي ، فلها شأن آخر .

وبجوز ، كقاعدة عامة ، أن تستخدم في الخارج نفس  
الوسائل والأساليب التي تستخدم في الداخل ، باستثناء الدعاية  
التي تقوم بها الدولة في زمن الحرب . ولكن الدعاية في الخارج  
تتطلب دقة في المعلومات ودقة في التوثيق ، ومزيداً من  
العناية بالجانب العلمي والفني في الموضوع ودراية خاصة  
بنفسيات الشعوب وأحوال البلاد التي توجه اليها الدعاية

وتقاليد أهلها والاعتبارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة ، وما يصلح مادة للدعاية في بلد ، قد يضر استخدامه في بلد آخر. وتستعين الدول في أقسام دعايتها الخارجية بخبراء ملين الالماس الكافي بظروف وأحوال البلاد الأجنبية ، وعقليات شعوبها وساستها والتيارات المختلفة التي تجري فيها ، وقد كان الألمان يستعينون برعاياهم المقيمين بالبلاد الأجنبية وهؤلاء هم الذين أطلق الحلفاء عليهم ، اصطلاح « الطابور الخامس » ولكن كل دولة من دول حلفاء الغرب وخصوصا إنجلترا لها طابور خامس من أبنائها ، فكل بريطاني يعيش خارج بلاده ، يشتغل بالتجسس لحساب حكومته ، وكل مؤسسة بريطانية تشتغل بالتجسس كذلك ، وهؤلاء يفتدون وزارة الاستعلامات البريطانية بكل المعلومات التي تلمحها ، والتي يستقونها من الميادين الاقتصادية والسياسية والصناعية والتجارية والاجتماعية ، وتوجه بريطانيا دعايتها الخارجية طبقا لتلك المعلومات التي تصلها من أوثق المصادر ، وتفرد بريطانيا دون غيرها من دول العالم بشبكة جاسوسية تتألف من المحاسبين الانجليز ، وهؤلاء يراقبون حسابات المؤسسات الصناعية والتجارية الموجودة في مصر مثلا ، ويحصلون من الدفاتر على المعلومات الدقيقة التي تجعل إنجلترا ملمة الماسا دقيقا بالأحوال الاقتصادية في البلاد فتستطيع أن تفرض الحصر الاقتصادي علينا كلما اقتضت سياستها ذلك ، وهؤلاء

الرعايا الانجليز ، من غير استثناء ، يعتبرون مجندين في خدمة مكاتب الدعاية البريطانية ، وكذلك تعتمد أمريكا على خلاياها المنبثة في كل مكان تحت ستار الثقافة أو المعونة الاقتصادية أو غير ذلك ، وفرنسا بدورها معنية بهذه الناحية .

وما الحرب الباردة ، في الحياة الدولية الآن ، إلا حرب دعائية بين الكتلتين الغربية والشرقية ، وقبل هذه الحرب استفادت ألمانيا النازية بنظريات لينين وتجارب السوفييت ، وبعد هذه الحرب استفاد حلفاء الغرب والروس على السواء بتجارب ونظريات الفاشية والنازية ، ولانقطف معركة الدعاية الدولية ساعة واحدة .

ومن أدوات الدعاية التي تهيمن عليها الدول الكبيرة في الحياة العالمية ، وكالات الأنباء ، وهي تعرف كيف تنشر خبرا معينة في مختلف بقاع الأرض في دقائق معدودات ولديها بمالديها من أجهزة الارسل والاستقبال ، والصحف والمجلات وقد نبغ اليهود في السيطرة على الصحافة بتدخلهم في تجارة الورق والمطابع والاعلانات التجارية التي لا قوام للصحف بدونها ، وتبذل انجلترا في ميدان التأثير على صحافة العالم وتوجيهها نشاطا مقطع النظر وتعرف كيف تشتري لأفلام وتعرف كيف تنشئ دورا للصحف التي تصكب بلسانها وتشتغل لحسابها دون أن يفتضح أمرها ويسقط القناع

الوطني الذي يغطي وجهها . ويستخدمون عدا الصحافة  
 الاذاعات الخارجية والافلام السينمائية على نطاق واسع .  
 فالاذاعات الخارجية تستعمل أكثر من موجة وتصدر من  
 محطات قوية جدا وتخطب الشعوب الأجنبية بلغاتها  
 وموسيقاها وآدابها وفلسفتها وتضع الدعاية في ثنايا السطور ،  
 ولا تستطيع أية دولة أن تقيم حواجز ضد تلك الدعاية  
 اللاسلكية التي لا تحتاج الى ترخيص والتي تغزو الشعوب بغير  
 اعلان أو سابق إنذار . وتلجأ الدول في الدعاية أيضا إلى  
 إيفاد شخصيات ممتازة من بينها في جولات يتصلون أثناءها  
 بمن بأيديهم مقاليد الأمور في البلاد الأخرى ويكتبون  
 ويحاضرون ، ويلقون في روع الشعوب الأجنبية أنهم  
 أصدقاؤها الفيورون عن قضاياها لكسب الثقة ولكي تكون  
 لا تزالهم قيمة . وتوجه الولايات المتحدة الأمريكية عناية  
 خاصة لهذه البحوث التي تقذف بها إلى الشرق الأوسط دائما  
 وباستمرار ، وانجلترا تجرب هذه الطريقة من زمن بعيد ،  
 وقد زار مصر في العام الماضي عضو مجلس العموم العمالي  
 « بينان » وقابل المسئولين وخطب وكتب في الصحف  
 وألقى بعدة تصريحات، وظن الناس أنه خصم لدود للمحافظين  
 وأنه تكلم بوحى من ضميره والحقيقة أنه أوفد إلى مصر  
 بحليف من حكومة المحافظين ، وكانت رحلته نقطة في خطة  
 رسمية . ومن أجل الدعاية توفد الدول عدا رجال السياسة

أساتذة جامعات ورجالا مشتغلين بالأدب أو الاجتماع أو الألعاب الرياضية ، أو الفنون المختلفة وهؤلاء يقومون بالدعاية لحساب بلادهم ويوجهون وينفق عليهم وتحقق رحلاتهم نتائج ذات قيمة كبيرة .

وإذا مادق ناقوس الحرب ، وخاضت الجيوش ميادين القتال تحتل الدعاية المكان الأول من نشاط الدولة السياسى إذ يكون على الدولة أن ترفع الحالة المعنوية لشعبها الى أقصى الدرجات . والحرب تتطلب تعبئة أبناء الوطن جميعا مدنيين ومقاتلين ، رجالا ونساء ، ولا تقتصر التعبئة على الأجسام بل أنها تتناول العقول والأفهام والضمائر والقلوب . والحرب الحديثة هي حرب مجموعات من الأمم ، وتتطلب الحرب من الدولة دعاية فى الداخل ودعاية فى الخارج فى بلاد أعدائها وفى بلاد حلفائها وفى البلاد المحايدة .

والدولة المحاربة مضطرة لاقتناع كل فرد من بنينا بأن الحرب أمر لا مفر منه وحالة تقتضى التصحية والبذل إلى غير حد ، وأن المحارب إنما يدافع عن نفسه وعن عمله وعن حرية ، وعن بيته وسعادته ، وتستثير دعاية الحرب عواطف الكراهية والبغض للعدو ، وتصوره فى صور وحشية وهمجية تجعله ملعونا من الانسانية وملعونا من الله ، وتصف العدو بالمعتدى الفشوم وأنه حائل دون سعادة الشعب وآماله وأمانه وأنه قرصان يستحق الإبادة والفناء .

وفي وقت الحرب يجب أن يشق المواطن بدولته وبسلامة  
نظمها السياسية ، ويؤمن بأن هذه النظم كفيلة بأن تدفع عنه  
العاديات وأن تؤمنه وتكفل لبلده السعادة والهناء . والرقابة  
أثناء الحرب تعد إحدى المشكلات ولكنها ضرورة لا غناء  
عنها لمنع تسرب المعلومات إلى العدو ومنع دعاية العدو من أن  
تضعف مقاومة الدولة ، ولكن يجب ألا يساء استخدام  
السلطة المخولة للرقابة وإلا أضحت سوط عذاب وفقد المواطن  
ثقتة في حكومة بلاده . ومن الممكن معالجة الأمر بكثير  
من المرونة وتقذية فضول الجماهير بالمعلومات التي لا تتنافى  
مع أمن الدولة وسلامتها العسكرية ، والدعاية في مدة الحرب  
لا توجه إلى الشعب في مجموعه بل تناجى كل فرد تشعره  
بالمسئوليات الثقيلة الملقاة على كاهله حينما يكون الوطن في محنة  
وتبين له الدور الذي يجب أن يقوم به لكي يكسب النصر  
لأمتة ويخدم قضية السلام وينبغي ألا تكون فترة الحرب  
مآسى رهيبية وحداداً متجدداً وإلا أصيب الشعب بالاعياء  
ونقد صبره وضعفت مقاومته ، ولذلك تلجأ الدعاية للترفية  
ونشر الدعاية والترويح عن النفس ، وتقوية العزائم وإثارة  
الهمم . ومن أهم ما تعنى به حالة أولئك الذين يقفون في خط  
النار ورؤوسهم فوق أيديهم والدعاية تتابعهم وتكون في  
خدمتهم ، وتكون همزة وصل بينهم وبين أسراتهم ومواطنيهم .  
وكثيراً ما تنتاب الجيوش هواجس خطيرة فيظن الجنود

مثلاً أنهم يبذلون أرواحهم رخيصة من أجل آخرين يعيشون في المدن ويستمتعون، ولكن الدعاية البارة هي التي تستأصل هذه الهواجس وتجعل التضحية هيئة وحياة الميدان محبة للجنود وترفع عنهم وتجعلهم يستهينون بالتضحية والشدائد وكذلك تتعقب أجهزة الدعاية دعاة التردد والهزيمة ونستأصلهم وتكبح جماحهم وتخلق ألقاسهم حتى لا يعرضوا البلاد للخطر .

وتنتقل الدعاية من داخل البلاد ومن خطوط النار إلى البلاد الصديقة والمحالفة وتوثق الصلات معها وتنسق الجهود الحربي ، وتحصل منها على أكبر معونة ممكنة . ومن قبيل ما تلجأ إليه الدعاية وهي بصدد هذا العمل الحفلات والاسمعيالات التي تنظمها والهدايا التي تقدمها لجنود الدولة الحليفة والتمهيلات التي ينالها رعايا الدولة الحليفة ومواساة جرحاها والترويج عن الناقهين من أبنائها ، ونشر التصريحات الرسمية المشتركة ، لاقناع الشعب واقناع العالم كله بأن الدوائين مرتبطتان بميثاق غليظ ، وأن التحالف يقف ضد العواصف كالطود المنيع .

وأما في بلاد المحايدين ، فإن مجهود الدعاية يكون من الدقة بمكان ، كما أن نتائجه ذات أهمية بالغة ، فلا غناء للبلد المحارب عن كسب عواطف المحايدين ومودتهم ، وجرم إن أمكن إلى خط النار شر كاه في السلاح ، أو منعهم من الانضمام إلى العدو أو مساعدته على أي نحو كان . وتحاول الدعاية



أن تمنح المحايدين بأن عدو بلادها هو كذلك عدو للبلد المحايد وأن البلد المحايد سينال فوائد محققة ، سياسية أو إقتصادية أو غير ذلك إذا انتصرت الدول التي تنمى إليها تلك الدعاية ويجب أن تكون الدعاية من الحذر والحيلة بحيث لا تصطدم بمواطف المحايدين ، ويتوقف نجاحها على الصلات الشخصية وتبادل الزيارات بين المسئولين وكبار الرجال من البلدين وعلى المؤتمرات المشتركة . والدول الغربية تبذل عناية خاصة في التأثير على رجال الدين في البلد المحايد وتسعى لكسب رضاهم وعطفهم بأي ثمن ، وتلجأ في الناحية الدينية للملقى والفضى والنفاق . وتقف الدعاية بالمرصاد لسياسة دولتها وتصرفات رجالها العسكريين لمفاداة أى تصرف من شأنه إساءة العلاقات مع البلد المحايد ، كما أنها تميل في لغتها إلى الاعتدال في بلاد المحايدين حتى لا تسبب لهم مشاكلا وتخلق لهم أعداء أو تضطرم لأن يوصدوا الباب في وجهها وكثيرا ما تكتفى بنشر أكبر قدر من الأخبار بأسلوب مجرد عن الهوى والتعصب والتعليقات المثيرة .

وهدف الدعاية في الحرب هو إلحاق الهزيمة بالعدو ولذلك تسمى لتقويض روحه المعنوية بما يسمى بالحرب السيكولوجية وتنتشر في بلاده الذعر والقلق وتحاول أن توحى إلى شعبه باستمرار بأن الهزيمة في النهاية أمر لا مفر منه ، وتبالغ وتهول في ذكر أرقام الخسائر التي تلحق بعدوها في الأرواح والأموال

وتصور للشعب المعادي مشاكلك التوفيقية وغيرها في صور  
رهيبة ومخيفة وتنبيء بمستقبل مظلم وتكشف عن ضعف  
حكومة العدو وعجزها عن حل مشكلات الحرب أو مشكلات  
السلم ، ومن الناحية الأخرى تبالغ في الكلام عن امكانياتها  
وما هو مخزن لديها ، والاحتياطي والانتاج الحربي وغير  
ذلك من الدعايات التي تقنع العدو بأنها تستطيع أن تصير على  
الحرب إلى غير غاية وتعمل الدعاية على إثارة الفرة والانقسام  
في بلاد الأعداء وأحداث جفوة شديدة بين الشعب وبين  
الحكومة واتهام الحكومة بأنها هي التي تجر البلاد إلى الخراب  
والدمار وأنها هي التي اختارت الحرب وسعت إليها وتعرض  
طبة ضد طبقة وتحاول أن تخلق مشكلات تبدد نشاط  
الحكومة حتى لا تنصرف للحرب بكل قواها وتعمل الدعاية  
على الاتصال بالأحزاب المعارضة لحزب الحكومة بكافة الحيل  
والوسائل والتأثير على الأحزاب المعارضة ومن أجل تحقيق  
هذه الأغراض يحرص الدعاية على الوقوف بكل دقة على  
ما جريات الأمور في بلاد العدو. ولكي تكون الدعاية مسموعة  
في بلاد العدو ، تتظاهر دائماً بأنها لا تقول إلا الحق والصدق  
ولو ضد نفسها ، ولنا نرى ذلك الخطاب المروع الذي ألقاه  
ونستون تشرشل في مجلس العموم حينما سقطت سنغافوره ،  
قائلاً « لقد ضاعت سنغافوره وفقدنا شبه جزيرة الملايو كلها »  
وكان تشرشل يحرص في خطبه وبياناته على الاشارة

بعقريّة روميل وانتصاراته في الصحراء الغربيّة ، ولم يكن يقصد من وراء ذلك كلّه إلا أن يجمّد من بلاد الأعداء من يستمعون لاذاعته ويتصورون أنه يميل إلى الصدق ، ويضع لهم السم في الدسم ، وذلك العجوز داعية سياسي لا يبارى ولا يمارى والشائعات التي تنطلق في بلاد الأعداء تعد في ذاتها فنا يحتاج إلى خبرة طويلة وإلى متخصصين وعلماء وتستمع الدولة المحاربة ببلد محايد تنشر دعايتها سرّاً عن طريقه ، فتهرب الصحف والنشرات وغيرها حتى تخترق حدود البلد المعادي .

وتسلط الدعاية على جيوش العدو وهي في حبهة القتال بقصد بلبلة الأفكار وإثارة الخواطر وتلقي قذائفها على تلك الجيوش بملايين النشرات وتستخدم مكبرات الصوت التي تضمها في المصفحات .

وسواء وجهت الدعاية الحربية في الداخل أو في بلاد الحلفاء أو إلى المحايدين وإلى الأعداء ، فإن تلك الدعاية ليست إلا حلقة من برامج دعاية الدولة بوجهة عام ويجب أن تتصف بكل صفات الدعاية العامة وأن يكون مجهودها متسقاً مع ما يصدر عن أبواق الدعاية العامة ، وتستخدم الدعاية الاستراتيجية كأسلحة هجومية ودفاعية ولا يقل مفعولها عن الأعمال الحربية نفسها بل هي في الحقيقة ونفس الأمر تعد في الوقت الحاضر ، من الأعمال الحربية .

# الفصل السادس

## وسائل الرعاية

كل أداة توصل فكر الانسان إلى غيره ، يمكن أن تعتبر وسيلة دعاية . وقد يما كانت وسائل الدعاية هي الفكر ، والقول ، والابتكار الفنى . ولكنها استخدمت العلم والآلات في العصر الحديث ، حتى باتت الانسانية كلها تسبح في محيط الدعاية ، وإنه لمحيط ها تبح متلاطم الأمواج .

ونحن إذ نستعرض وسائل الدعاية ، نبدأ بأكثرها بساطة ، ثم نتناول ما كان منها دقيقا ومعقدا . والفكرة ذاتها هي الوسيلة الطبيعية ، وحينما تصب في القالب الاجتماعى تصبح عقيدة . ومن الأمور التى كررها هتلر فى كتابه « كفاحى » ، وألح فيها ، ما قاله من أن أية حركة محتاجة إلى فكرة اصلاحية كبيرة ، وهذه الفكرة يجب أن يتعصب لها الشعب إلى أقصى درجات التعصب فتنتج الثورة ، ولا بد من تسخير كل القوى المادية فى البلاد لخدمة النظرية الفلسفية ، التى توقد جذوة المشعل الجديد .

والفكرة التى تدور حولها الدعوة ، لا تلبث أن تصبح

عقيدة وديننا ، والعقيدة ، فيما رآه « جورج سوريل »  
وظائف ثلاث : فردية ، واجتماعية ، وسياسية .

ولما كانت شئون العالم من التعقيد بمكان ، فإن الفرد  
لا يستطيع أن يدرك الأشياء بمفرده ، بل لا يستطيع أن  
يدرك السر في وجوده هو ، فيعتمد إلى التخيل والتأمل ،  
وحينئذ تتدخل العقيدة ، وهي خلاصة مبادئ أولية ، لسنة  
الله في خلقه . وتحت راية العقيدة تتكفل الفرائز والعواطف  
والترغبات المختلفة ، ويحاول الانسان أن يترجم عن أحلامه ،  
وأن يثبت وجوده ، فتسوغ له العقيدة ، بل تحسن له التضحية  
في سبيل الجماعة . والعقيدة هي التي تربط قلوب الناس برباط  
المحبة والوفاء ، وتبعث على الطاعة ، وتسند الإرادة .

والعقيدة ، بالنسبة للحكام ، هي المبرر القانوني لسلطتهم ،  
وهي التي تحمل الرعية على الطاعة لهم عن رضا واختيار ،  
وبفضلها تقدم التضحيات ، وتوضع القيود ، والحكومة  
في مأمن حصين من الانقلاب أو شق عصا الطاعة عليها .  
والعقيدة هي المحرك العنيف الذي يدفع الكتل البشرية نحو  
غمار الحروب ، واحتمال الآلام بقلوب راضية مرضية . ويدلنا  
الاستقراء التاريخي ، على ظاهرة تاجده في مختلف العصور ،  
وفي سائر البلدان ، وهي الدين ، والمقائد التي تقبلور حولها  
عواطف الشعوب ، وتتجمع الجهود ، وتتركز القوى .  
وبغير العقيدة لا يمكن أن يتحقق عمل عظيم ، وما كانت

الحركات الشعبية الكبيرة لتتألم حطها من السجاح ، لولا المثالية ،  
التي تدور حولها ، حتي وإن كانت مثالية خيالية . والمثالية  
هي التي توحد آمال الأمة ، وتطهر النفوس من المطامع الذاتية ،  
والمآرب الخاصة ، والمرء بغيرته يجد في العقيدة ضالته التي  
تمككه من السيطرة والغلبة . فالعقيدة بطبيعتها قوة ديناميكية ،  
واكبتها تفقد قيمتها إذا ظلت نظرية ، ولم تدخل في حين  
العمل والتنفيذ .

والحياة في هذا العصر جحيم من الماديات ، ذلك لأن  
الرجل الأبيض قد اتخذ الآلة إلها يعبد ، فتجرد من الروح  
واستخف بالمعنويات ، واتسمت المثل العليا بالطابع  
الاقتصادي ، وشوحتها المنافع ، وحب الشهوات ، ومع ذلك  
بقيت واجهة الحضارة تحمل كذبا مثلا علي اقتصادية ، صيغت  
في نظريات يتفنون بها ، ويقتسمون الفوز في الكرة الأرضية ،  
وهذه النظريات المادية هي الديمقراطية الاستعمارية ، والشيوعية  
التي تعد هي الأخرى استعمارا من لون آخر .

والفكرة ، علي أي حال ، هي سلعة ، أو مادة تبادلية .  
وإلا فما فائدتها لو بقيت في بطون الكتب ؟ ! إنها تخرج إلى  
حيز الوجود ، حينما تستخدمها أجهزة الدعاية ، فتعرضها ،  
وتفسرها ، وترتبها ، وتنشرها في أوسع نطاق . والدعاية هي  
التي تجعلها سهلة المنال ، وخصوصا بالنسبة للعامة الذين  
لا قدرة لهم علي تحليل الأفكار وفهمها فهما صحيحا . وتتفنن

الدعاية في الاخراج لتجعل للفكرة مفعولا سحريا . وهي لا تكون كذلك الا اذا أُلقي بها للشعب ، في كلمات قصيرة ، وعبارات ذات رنين ، وسهلة المذاق ، وقد استعمل لينين كلمتي « السلام » ، « والأرض » ، واستعملت النازية عبارة « ألمانيا فوق الجميع » ، وأخيراً وفقت الثورة المصرية أيما توفيق إذ انتقت هذه الكلمات ، الدالة على معان كثيرة « الاتحاد ، والطعام ، والعمل » .

وطريقة التأثير على الجماهير بالعبارات المدوية ، ترجع إلى زمن بعيد ، فقبل الثورة الفرنسية ، كانت الأقلام تعبر عن حقوق الفرد الأساسية بصيغ مختلفة ، ولم تكن المعاني التي رددتها الثورة جديدة في فرنسا ، ولكن لما صيغت هذه المعاني فيما سموه بوثيقة حقوق الانسان ، كان لها أبلغ الأثر ، وقد تبلورت الفكرة ، وأصبحت بمثابة دين جديد ، حينما أصدرت الجمعية التأسيسية الفرنسية قرارها المشهور في ٢٦ أغسطس سنة ١٧٨٩ « بإعلان حقوق الانسان والمواطن » ، واكتسب هذا الاعلان صبغة عالمية . وقد سبقت الثورة الانجليزية ثورة فرنسا بشيء من هذا القبيل في سنة ١٦٨٨ بإعلان وثيقة الحقوق Habeas Corpus أو Bill of Rights ، وكذلك تضمن إعلان « جيفرسون » المسمى بإعلان الاستقلال الأمريكي في سنة ١٧٧٦ عبارات نقشت على صفحات القلوب . وقد سبق القرآن الكريم تلك الثورات

جميعا بآياته المعجزات ، التي قررت الحقوق اللصيقة بالفرد ، وحررت الانسان من الوثنية والضلال ، وكانت وستظل إلى يوم الدين آخذة بمجاميع القلوب « قل لئن اجتمعت الإنس والجن على أن يأتوا بمثل هذا القرآن ، لا يأتون بمثله ، ولو كان بعضهم لبعض ظهيرا » .

ومن قبيل الأفكار التي تنطلق على سبيل الدعاية ، البيانات والاعلانات التي تصدر في مناسبات فذة ، وتسمى Manifeste ومن ذلك إعلان « برونسويك » Brunswick في النمسا في سنة ١٧٩٢ ، بأن تتدخل في فرنسا لقمع الثورة وإعادة الملكية ، والبيان الذي أذاعه « فرانسوا جوزيف » في سنة ١٨٥٩ ، وشرح فيه لشعبه الأسباب التي حملته على إبرام الصلح مع إيطاليا في « فيلا فرانكا » بعد أن لحقت الهزيمة بالجيش النمساوي ، وبيان « كارل ماركس » في بروكسل ، في سنة ١٨٤٧ ، الذي كان جرثومة الشيوعية الأولى ، وكانت له في أوروبا ، وقع شديد . ومن هذا أيضا وثيقة الاتهام الخالدة ، التي قدمت إلى فاروق من رجال الثورة ، بعد قيامها في ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ ، فتنازل عن العرش ، والاعلانات التي تلت ذلك ، ومن أفواها وأروعها إعلان خلع أسرة محمد علي ، وانهاء الملكية ، وقيام الحكم الجمهوري في صيف سنة ١٩٥٣ .

وعدا ذلك تستخدم الدعاية البيانات، والتصريحات العارضة



التي تصدر في مناسبات مؤقتة ، وبصدد حالات خاصة ،  
كالأوامر الوزارية ، وما أشبه ذلك ، وكذا المنشورات  
الانتخابية ، وينتهي مفعول تلك البيانات بانتهاء المناسبات التي  
تعلن فيها .

ومن الأساليب المبتكرة في العصر الحديث ، المشروعات  
التي تضعها الحكومات ، لتحقيق اصلاحات اقتصادية أو سياسية ،  
وكل مشروع يكون بمثابة بيان لسياسة الحكومة في مسألة  
بعضها ، كالتصنيع أو الانشاء والتعمير ، أو التسليح البحري ،  
والحربي ، وبين المشروع الخطوات التي تزعم الحكومة  
اتخاذها ، وطرق تنفيذه . وتعني الدعاية بتلك المشروعات من  
زاويتين ، الراوية السيكولوجية ، إذ يتطلب تنفيذ المشروع  
تعبئة قوى الأمة له ، وجعل الأذهان مستعدة لقبوله ، وحمل  
الناس على تأييده . والزاوية الأخرى ، هي استخدام المشروع  
نفسه كدعاية للهيئة الحاكمة أو النظام القائم ، ودفع الشعب  
دفعه قوية ، حتى تتحقق أهداف المشروع ، ويمكن الوصول  
إلى ما هو أبعد منها مدى ، في كثير من الأحيان . وقد عرفت  
ألمانيا وروسيا هذا الأسلوب ، الذي استخدم في إذكاء حمية  
العمال ، والحصول منهم على أطيب النتائج . وبصدد الحرب  
العالمية الأولى ، شاعت المشروعات الاقتصادية والسياسية  
والاجتماعية ، حتى أضحت أسلوب الحكومات في العصر  
الحاضر . وإنا لنذكر على سبيل المثال مشروعات « ماركيت

وتاردين ، ومشروع «موتيه» في فرنسا ، وأخيراً مشروع شومان للحديد والفحم ، ومشروع « شاخت وجورنج » في ألمانيا ، قبل الحرب العالمية الثانية ، ومشروع « فان زيلاند » في بلجيكا ، ومشروع « نيوديل » في الولايات المتحدة الأمريكية ، ومشروع « بينفريدج » في بريطانيا ، ومن المشروعات ذات الصبغة العالمية ، مشروع « النقطة الرابعة » لترومان ، وقبله مشروع « مارشال » . وفي مصر ، طلع علينا ساسة العهد الماضي بما سموه مشروع السنوات الخمس ، الذى تعثر فى الفساد والروتين العقيم ، ولكن الثورة وضعت فى حيز التنفيذ العديد من المشروعات ، التى ستظهر آثارها فى القريب العاجل ، إن شاء الله .

وتستخدم الدعاية العسكرية ، فى عرض الأفكار التى تروج لها ، أسلوباً خاصاً ، ومنها الأمر اليومية ، وقد كانت فى التاريخ العسكرى ، من مبتكرات نابليون بونابرت ، وكانت تلهب صدور ضباطه وجنوده فى الميادين . وسار على سنة نابليون الأول الامبراطور نابليون الثالث ، وحاكاه غليوم الأول ، فى حرب سنة ١٨٧٠ بين بروسيا وفرنسا . ولما خاصت الولايات المتحدة الأمريكية ، غمار الحرب العالمية الأولى فى سنة ١٩١٧ ، كان للاعلان المشترك الذى وقعه حلفاء الغرب فى سنة ١٩١٧ صدى شديد فى القارة الأمريكية .

والغاية التي تهدف إليها تلك الأوامر اليومية والبيانات العسكرية هي توجيه المجهود الحربي نحو مثل أعلى يتطلع إليه الشعب وتقوية عزمه على الجهاد والتضحية ، والتأثير من ناحية أخرى على البلاد المحايدة والقاء التبعة على العدو وتحمله مسؤولية الاخلال بالأمن والسلام ، والتبشير بعالم أصح تتحقق فيه العدالة الاجتماعية وما إلى ذلك من النغات التي تستخدم في تلك البيانات .

على أن رؤساء الدول يمنحون أحيانا للخيال ، ويطلقون له العنان ، وهكذا فعل الرئيس ولسون حينما أطل على العالم بنقطه الأربعة عشر ، تلك النقط التي كانت أهدافا للسلم ، ولم تكن أهدافا للحرب . وتوجه بعض البيانات للقلة المستنيرة والطبقة المثقفة وعندئذ تكون مدعمة بالأسانيد السياسية والقانونية ، ولكنها في الغالب تلي لتكون بضاعة تستهلكها الجماهير ، وفي هذه الحالة لا تخلو العبارة من تهريج ومسرحيات كالقول إن الدولة ستلج على عدوها دروسا رهيبية ، وستعامله في غير رحمة أو هوادة ، أو أن هذا العدو يحطم صروح الحضارة ويعود بالأنسانية إلى البربرية الأولى ، وتلك المدعاية تخاطب الفرائز بوجه خاص وتلي بالأماني والوعود بغير حساب ، فتقول لرجال الصناعة والتجارة إن كسب الحرب لا بد أن يفتح لهم آفاقا جديدة وميادين فسيحة للاستغلال وأسواقا هائلة لتصريف الفائض من الصناعة ، وتقول للعالم

إن النصر سيستتبع رفع مستوى معيشتهم من كافة الوجوه ،  
وتصور لهم الجنة أرضية ، تعد بها العالم بعد أن تضع الحرب  
أوزارها ، ولغة الأنانية والمنافع الشخصية أقوى مفعولا  
في عصر الصناعة والملاكية من لغة الأخلاق والفضائل ،  
والمثل العليا .

والعقلية البشرية أصبحت في الوقت الحاضر ، عقلية آلية ،  
ولم تعد تذوق المقالات الطويلة والبيانات الضافية ، ولذلك  
توضع الفكرة التي تستخدمها الدعاية ، في برشامة ، فتختصر ،  
في أمثال وأقوال قصيرة ماثورة تتغنى بها الجماهير ، ووضع  
هذه الجمل القصيرة ليس من المسائل السهلة بل يحتاج إلى دراية  
بنفسيات العامة وبما ينفذ إلى أعماق قلوبهم . ومن التجوز أن  
يقال إن الحكم والأمثال ابتكار حديث ، فهي تستخدم من  
قديم الأزل ، ومنذ عصور قيصر والاسكندر وهانيبال ،  
في شحذ الهمم وتكثيل القوى ، وتاريخ السياسة حافل بالأمثال  
والجمل القصيرة ، ونقوم السينما والاذاعة ، بالترويج لهذه  
العبارات التي تكنى كل عبارة منها لغرس العقيدة أو للتوجيه ،  
دون حاجة إلى شرح أو بيان مستفيض .

وكما تستخدم الأمثال والجمل البراقة ، نلجأ الدعاية للرموز  
في التعبير عن الفكرة ، وتوجد رموز ثقافية تكنى في ذاتها  
ليان الرأي السديد والمسلك القويم ، وتوجد رموز أخرى  
لا بد أن تستخدم إلحافا لكلام يقال أو يكتب أو ينقش  
على الجدران .

والإنسان منذ بدء الخليقة يعبر عن أفكاره بالرموز ،  
وما النقوش الفرعونية ، على الآثار القديمة إلا تلك الرموز  
والطلاسم في عصور مختلفة ، ولما تطورت هذه الطريقة  
في التعبير عن الرأي اهتدت البشرية إلى الحروف الأبجدية  
المتنوعة . وحينما تجيش العواطف في الصدور ، وتستخدم الآراء  
في العقول ، يكون بالإنسان ميل لتصوير ما يعتلج صدره ،  
وما يدور بخلد ، وكثيراً ما تكون الرموز معبرة أصدق  
تعبير وكثيراً ما تجمع الذين يؤمنون بالفكرة حولها ، وتكون  
منهم قوة لا يستهان بها .

ولكن الرموز لا تؤدي الغرض منها إلا بتوافر بعض  
الشروط وأهمها البساطة ، أن تكون معبرة وناطقة ،  
فالللال يرمز للإسلام ، وبكفي أن يرى أي إنسان متحضر  
رسم هلال على ورقة أو قطعة قماش فينصرف فكره إلى  
الإسلام والمسلمين ، والصليب يرمز للذين يقولون إنهم أتباع  
السيد المسيح ، وقد ظهرت في التاريخ عدة صلبان كانت  
رموزاً لأفكار أخرى غير الصليبية المعروفة ومن ذلك صليب  
مالط ، وصليب اللورين والصليب المعكوف ، رمزاً لاهتلية ،  
ومن الرموز أيضاً ، النسر الامبراطوري ، والأسد البريطاني ،  
وأسد النجاشي ، وشجرة الحرية وكانت من رموز الثورة  
الفرنسية ، والبرجل والمثلث عند الماسونية ، ونجمة داوود  
عند اليهودية الدولية .

وكذلك تستخدم الألوان في التعبير عن الأفكار ، فاللون الأبيض للحكمة والسعادة ، وتستهمله البلاد الملكية ، واللون الأحمر معناه المغالاة والذهاب إلى أقصى الحدود وهو شعار البلشفية ، والثورات بوجه عام ، واللون الأخضر دليل الخصب والنماء والخيرات والبركات وهو اللون الاسلامي ، ويميل اليهود إلى اللون الأصفر ، لون الحقد والكراهية والحياة والقدر ، واللون الأسود يرمز الموت والابادة وكان يستعمله قديما القراصنة ، والفوضويون ، فأعلام الدول وأعلام الجيوش ، والبيارق والألوية لاتنتهي ألوانها اعتباطا ولكن لها أصول ومصادر تاريخية .

وتتنوع الأزياء ، وخصوصا أزياء الجنود ، وأغطية الرؤوس لأنها رموز لأفكار ومبادئ ، وقد استعمل البيوريتان القبعة المستديرة ، ووضع الانجليز في قبعاتهم زهرتين ليرمزوا للثورة في زمن أوليفر كرومويل ، والام تحافظ على أزيائها ، ولا تقلد غيرها ، في الزي أو غطاء الرأس ، لكي تبقى على تاريخها وتحفظ بشخصيتها ، ولكن الشعوب المنحلة هي التي تقلد الآخرين دون وعي أو تبصر ومن الرموز التي تستخدم في السياسة التحية العسكرية ، وقد كانت للنازي تحية وكانت للفاشية تحية ، وكانت للرومان قديما تحية ترمز لقوتهم وكذلك يعبرون عن الأفكار بانتماثيل والنصب التذكارية والاشيد الوطنية ،

وملابس ضباط الجيش ورجال القضاء فالوشاح الذى يلبسه  
القاضي يرمز لأفكار ولعان كثيرة ، والثوب الأسود  
الذى يتشح به المحامى أو أستاذ الجامعة يدل أيضا على معان  
كثيرة ، وملابس رجال السلك السيامى المرر كشة لها أيضا  
معان قوية ، وهى لم تستخدم اعتباطا أو من قبيل الزينة ،  
كما تصور البعض خطأ ، والدول التى تحافظ على مقوماتها  
تعنى أشد العناية بتلك الأزياء ، وما يزال الانجليز إلى الوقت  
الحاضر يلبسون الشعر المستعار فى دور القضاء العالى ،  
وفى دار البرلمان .

وليس بكفى أن توضع الفكرة ، أو تصاغ فى رمز بل  
يجب أن تنشر وتروج ، والكلام هو وسيلة النشر السريعة ،  
وهو الأساس فى السياسة وفى الحياة الاجتماعية . وقد تكفى  
الشائعات التى تنتقل بسرعة خاطفة لنشر فكرة أو إثارة  
معارضة . وقد تنتشر الفكرة بالكلمات المستملحة ، والحوار  
الشعبى ، والمواويل ، وقد تكون هذه الوسائل أقوى  
مفعولا من الخطب والمحاضرات والمؤتمرات .

والبلاد الديمقراطية تعتمد أكثر من غيرها على الخطب  
ومحر البيان ، ولطالما كان البيان الرائع أقوى من الجيوش  
الجرارة ، فى إسقاط عروش ، وإذكاء نيران الثورات .  
والأمر يتوقف على مزاج الشعب وطريقة تفكيره ، فشعوب  
البحر الأبيض المتوسط ، شديدة الحساسية ، صريحة التأثير

بالبیان ، وشعوب الشمال جامدة كالثلج ، ولا يفید فیها سحر  
البیان وشقشقة اللسان .

والدعابة الكلامية ترى لا يفاظ الشعور المشترك عند  
الجماعة ، والحصول على تأييدها وموافقتها على عمل  
أو سياسة معينة ، والكلام يحدث أثره في النفوس حينما  
يكون تعبيرا قويا عما يخالجهما ، ومصداقا لما يحدث في قلب  
الإنسان حينما يخلو إلى نفسه . وقوة البیان هبة من الرحمن ،  
لا تعطى لكائن من كان ، ولا تكتسب بالدرس والمطالعة ،  
والخطيب الموهوب ، هو الذي يرقب بيقظة قوية الأثر الذي  
يحدثه عند سامعيه ، فينأى عن كل مامن شأنه أن يؤلبهم  
عليه أو يفقده نفوذه عند السامعين . وعليه أن ينتقى عباراته ،  
ولا يستخدم المصطلحات التي طال تكرارها ، حتى عاقبت  
الأسماع وملتها العقول ، وتلك العبارات التي تواترت ، حتى  
فقدت جوهرها وأصبحت أقرب إلى الابتذال . واللغة  
الخطابية تتطور مع الزمن وما يصلح لعصر قد لا يصلح  
لآخر وما يقال في مناسبة غير ما يقال في مناسبة أخرى  
وما يؤثر في شعب قد لا يؤثر في شعب آخر ، والناس في  
عصرنا قد زهدوا في الشعر والقول المصقول ، وضاقوا  
بالعبارات الجوفاء ، وأضحوا بسبب حياتهم المعقدة واقعيين ،  
فلا يكفي أن بناجيهم الخطيب والدعابة والدعابة بالكلمات  
الشائعة كحرية وديموقراطية وإرادة الشعب وسيادة الأمة



وما إلى ذلك ، وإنما لابد من شيء جديد ، فيه كثير من  
الواقع الملموس ، لكي يهز أوتار القلوب .

\*\*\*

والكلام لا يكفي ، كمادة تقدمها الدعاية ، غذاء للأرواح ،  
فعمدها بضائع أخرى ، ومنها الأنباء . وقد جبل الناس على  
حب الاستطلاع ومعرفة الأخبار . ولكي يكون الخبر  
مفيدا كوسيلة من وسائل الدعاية يجب أن يكون جديدا ،  
فالأخبار عن شيء وقع وعرفه الناس ، لا قيمة له البتة ،  
وإنما يسأل القارئ والسامع ، عند استطلاع الخبر  
« ما الجديد ؟ » وقد تفننت الجماعات البشرية في اختيار طرق  
نشر الأخبار ، ففي عصر الرومان ، كانت توجد أسواق  
يستقون منها المعلومات وكانوا يستوقفون المسافرين  
ويسألونهم أن يقصوا ما عندهم من أخبار . وفي العصر  
الحديث ، أصبحت رواية الخبر من آداب اللياقة في المجتمعات  
فإذا زارك ضيف سألته أو سألَكَ عن الأخبار وإذا أقيم  
حفل وجمع عددا من الناس تبادلوا أطراف الحديث ،  
وتساءلوا عن الأخبار كلون من ألوان الحياة الاجتماعية التي  
نحياها . وفي القرن السادس عشر ، وحينما عرف الأوروبيون  
طرق البحار وانتعشت التجارة ، ظهر في محيط الأدب جماعة  
تخصصوا في سرد الأخبار ولما ولدت الصحافة احتل الخبر  
المكان الأول في أعمدة الصحف ، واستفاد الخبر بالتقدم

العلمي والفني الذي أصابته الصحافة في مراحل تطورها  
وارتقاؤها . ويمكن القول أن الخبر ومعرفة حاجته أولية  
لا يستغني عنها الإنسان فهو تواق لمعرفة سيرالحوادث ومجريات  
الأمور . ومن الناس من يحمل من محصوله في الأخبار التي  
يحيط بها طريقة لرفع مكانته والظفر بمركز ملحوظ بين  
الناس . والفرد يجد في الوقوف على الأخبار متعة لا بد أن  
يشبعها لأن معرفته للأخبار تصله بالعالم الذي يحيط به ، وهو  
شغوف بالخبر بحيث يطلب دائما مزيدا من التفاصيل ، ويريد  
أن يعرف ماذا بعد الخبر الذي يقف عليه من جديد ، وينسج  
حول الخبر ، بدافع لاشعوري أقصوصة ، ويخرجه هو متأثرا  
بالجو الذي يعيش فيه ، ومتأثرا بخياله الخاص ، فتعبر  
الأخبار ، وبسبب هذه الهواية المتأصلة عند الناس ، لعب  
الخيال دوره ، وظهرت القصة كلون من ألوان الأدب ، ويجد  
الناس في قراءتها ما يغنيهم مؤقتا عن تصيد الأخبار حينما  
ينضب المعين الذي يرتوون منه ، فقاري القصة يحتمل على  
نفسه بطريقة لاشعورية ، ويصنل أنه يبحث عن أخبار  
وروايات واقعية ، وتتفاوت قوة الخيال عند القراء . والخبر  
على أي حال يخرج بالإنسان من عزله ويصله بالمجتمع الذي  
يعيش فيه ، ويعد كالأسمت في البناء ، وسامع الخبر لا يكتفي  
بالوقوف عليه ولكنه يتوق لروايته بدوره .

والخبر يختلف عن الفكرة في أنه يلبي به على علانه ، فلا يكون هناك مجال للجدل والمناقشة ، وقد كان رواة الأخبار عند اليونان محل ثقة الناس ، وبقدر صدقهم كانوا يتألون من التقدير والاحترام ما يرفعهم إلى مناصب الدولة .

وتلجأ أجرة العناية في الاستعانة بالخبر إلى طرائق مختلفة ، وهي تحاول عادة أن تخفى المصدر ، وتتركه مادة للشائعات ، كي يصدقها الناس ، ولا ينقلونه بحفظ وحذر ، وهي تكتز من الأخبار ما يفع في تأييد المبادئ والمخططات التي تدافع عنها ، وتخرج من جمعيتها بين حين وآخر أخباراً تعي لها الجو الذي تستطيع أن تعيش فيه . وفي حملاتها على العدو وفي هجماتها المدمرة ، تستعين بالخبر في إحداث القلق والذعر وإثارة الهواجس والمتاعب في البلاد التي تعمل فيها للاضطهاد في الماء العكر . وهذا فن حدقته أجهزة الدعاية الحديثة التي تستخدمها روسيا السوفيتية وتلك التي تستخدمها الديموقراطيات الغربية ، وكلهم في الشر سواء . ولكي تنجح الشائعة ، يجب أن تصاغ في سهولة وإيجاز ، وأن تخرج إخراجاً يلهب الخيال والذاكرة ويلائم مجريات الأمور والحالة النفسية والاجتماعية عند الشعب الذي تسلط عليه الشائعات ، ويجب أن تسلم إلى أيد بارعة ، تعرف كيف تشتغل في الظلام ، ولا يراها الناس ولا تحوم حولها الشبهات . ولكن هذه الوسيلة تكون دائماً مخوفة بالمخاطر ، لأن المصدر الذي يطلق

الشائعة ، لا يستطيع أن يسيطر عليها ، بعد أن يترك لها العنان ، وقد تنحرف وتنقلب ضده ، وتؤدي إلى عكس الغرض منها .

والرقابة وسيلة تلجأ إليها الدولة ، لمنع انتشار الأخبار المضادة لسياستها ، وليست الرقابة من مبتكرات العصر الحديث ، فقد جربتها الامبراطورية الصينية القديمة ، قبل تاريخ المسيح بألفين وثلاثمائة سنة . واستخدمتها الدولة الرومانية وفرضتها الكنيسة ، في العصور الوسطى ، للحجر على الآراء التي لا تروق لها ، فمنع البابا الكسندر السادس ، في سنة ١٥٠١ ، نشر أى مكتوب ، إلا بعد الموافقة عليه من الرقابة الكهنوتية ، وسلطت الحكومات الأوروبية رقابة النشر طيلة القرن السادس عشر . وكانت الرقابة قديما من القسوة إلى حد التجرد من المروءة والرحمة ، فيقال إن الامبراطور الصينى « تشى هونج تى » وأد مائة وستين من الأدباء ، ودفنهم أحياء ، لأنهم خالفوا قوانين الرقابة . واستخدمت الدكتاتوريات الأوروبية ، في العصر الحديث ، المعتقلات الرهيبة ، وقضت على قادة الفكر بألوان شتى من العذاب .

وتستعين بعض الدول في دعايتها بالأكاذيب التي تروجها ، لتشويه بعض الحقائق التي يهمها ألا تعرف ، أو التخفيف من

وقع حادث من الحوادث ، أو المبالغة في أمر من الأمور ،  
وتلك الدعايات تضلل الرأي العام ، عن عمد ، وسبق إصرار ،  
ولو أنهم يقولون إن الغاية تبرر الوسيلة ، فيجب أن يلاحظ  
أن الكذب أو الخداع الرسمي ، يزرع النفاق ويريد ، ويجعل  
الحياة العامة ، مصطنعة وحزيفة . ومع ذلك يضعون للكذب ،  
في أزمنة الحروب ، استراتيجية ، ويعتبرون المشرفين عليها  
من أبطال الدعاية ، الذين يستحقون تقدير الوطن ! !

ومما يساعد على رواج الأخبار المكذوبة ، ميل الانسان  
الطبيعى ، للاستماع لما يوافق مزاجه ، ويصادف هواه . وقد  
قال الفيلسوف الألماني « نيتشة » بحق ، إن بالناس ميلا  
طبيعيا للخداع والفس ، وكل فرد لا يستطيع أن يقاوم  
رغبته في مخادعة نفسه ، فهو يقرأ القصص الخيالية ، ويكاد  
أن يصدقها ، ويرى على خشبة المسرح مثلا ، منظرا ملكيا  
يزيد في روعته هبة الملك وجلاله الحقيقي ، فيعجب ويضطرب ،  
لأنه يحب أن يخدع ، ويطيب له أن يخدع عينيه ، وحسه .

ويرى البعض إن الخير في ذاته ، يحمل قرينة الكذب .  
ويستدل على ذلك بطبيعة الانسان ، في نقل الرواية ، هذه  
الطبيعة ، التي تظهر بأجلى معانيها ، في ساحات العدالة ، وعلى  
ألسنة الشهود ، فتختلف الروايات ، في المسألة الواحدة ، لأن  
كل فرد يسرد الوقائع متأثرا بمزاجه وهواه ، وبواعشه

الشخصية . وكلما تنوقل الخبر ، كلما ضعف معيار الزاخرة ،  
في الرواية ، وكان أقرب إلى الكذب ، منه إلى الصدق . ومع  
ذلك فللخبر الصحيح ، والمكذوب مفعولها الجبار ، وكم من  
حروب اتقدت نيرانها بسبب أخبار كاذبة وملفقة ، ومن  
ذلك حرب نابليون ضد روسيا في سنة ١٩١٢ ، بدعوى أن  
القيصر قد عبأ جيوشه ، لمحاربة فرنسا ، وتبين بعدئذ أن  
الخبر ، لم يكن له أساس من الصحة . وحرب ألمانيا ضد  
فرنسا في سنة ١٨٧٠ ، لما قيل كذبا إن عرش اسبانيا  
معروض على أمير من أمراء بروسيا ، فتوترت العلاقات بين  
فرنسا وبروسيا وانتهت بمجزرة ، جثت فرنسا بعدها تحت أقدام  
سبارك ، وحرب سنة ١٩١٤ ، وقد سبقتها أخبار زعمت أن  
الجيش الألماني اخترق الحدود الفرنسية ، فأعلنت فرنسا  
الحرب على ألمانيا ، ومهاجمة ألمانيا لبولندا في سنة ١٩٣٩ ،  
والحرب العالمية التي اشتعلت بعد ذلك ، وكانت حجة ألمانيا  
هي اضطهاد بولندا للألمان المقيمين في «داتزج» . وفي كل تلك  
الحروب ، كان الاشتغال بنشر الأكاذيب ، من أقدم  
الواجبات الوطنية ، ولست أوافق على هذا الرأي بأية حال ،  
لأن الدعاية لا ينبغي أن تسير ضد مبادئ الأخلاق ، مهما  
كانت مبررات الخروج على هذه المبادئ ، التي لا تقوم بدونها  
حياة كريمة .

والاجتماعات العامة ، وسيلة تستخدمها الدعاية ، من قديم الزمن ، فالفرد يتأثر بالتجمعات ، ويتنازل عن منطقته ، وقد يفقد رشده ، ويسلم عقله إلى غيره ، بمجرد تواجده في مجتمع كبير ، يسيطر عليه الخطباء والدعاة . وتلجأ الأحزاب السياسية ، والطوائف المهنية ، لتنظيم نفسها في جمعيات ، واتحادات ، ونقابات ، لتعبيء القوى التي تعمل لنشر مبادئها والترويج لدعوتها ، وتتفنن في تأسيس الشعب ، والفروع والحلایا ، حتى تصبح كل منظمة ، قوة هائلة ، وقد تصبح دولة ، في داخل الدولة . والعناصر المشرفة على تلك التنظيمات ، لا تكتفى بنشاطها في داخلها ، وإنما تتجه إلى الجماهير ، وتلقى بثقلها عليها ، وتؤثر على العامة بالمظاهرات والمؤتمرات ، والمهرجانات ، وغير ذلك ، حتى تجد عدداً كبيراً يؤيدها ويظاهرها ، وقد تنطلق المراكب في الطرق العامة ، وتعجز الدولة ، عن التصدي لها أو الوقوف ضدها . وكل منظمة تحاول بهذه الوسيلة أن تضغط على الهيئة الحاكمة ، وتحملها على النزول على مشيبتها .

والدول تعالج هذه الحالة ، بالقوانين المنظمة للجمعيات ، والنقابات بمختلف أوجه نشاطها ، وكذلك تفيد الاجتماعات العامة بقوانين الاجتماعات . وهذا حق تستخدمه الدولة

للدفاع عن كيانها ، وصيانة الأمن والنظام . والحزبية  
والفوضى ضدان لا يجتمعان .

والدولة بدورها تستخدم الاجتماعات في الترويج لمبادئها ،  
والدعوة لبرامجها ، وطلب الثقة الشعبية التي يرتكز عليها  
نظامها ، فتخلق أحيانا منظمات ينتمى لها أنصار الهيئة الحاكمة  
ومؤيديها ، وتعقد مؤتمرات خاصة ، ومؤتمرات شعبية كبيرة  
ويستخذ الحزب الحاكم كل ما من شأنه جمع القلوب حوله .

وقد جنحت الحركات التي قامت في أوروبا ، منذ الثورة  
الروسية ، لنظام الحزب الواحد ، فلا تسمح لغيرها بمنافستها  
أو الوقوف وإياها في ميدان واحد ، وتفيد حكومات الحزب  
الواحد ، حرية تأسيس الجمعيات إلى أبعد الحدود ، وترى  
أن مبادئ حزبها يجب أن تكون ديناً يعتنقه الشعب ،  
والدولة هي محراب هذا الدين . وتقول تلك الدولة إنها الأمين  
على المثل العليا ، وأن الحزب الواحد هو الطريقة العملية لحفظ  
وحدة الأمة ، ومنع الفرقة ، والجدل الذي يعوق حركة  
الإصلاح ، وكل مواطن مطلوب منه أن ينخرط في الصفوف  
ويطيع طاعة عمياء ، مادامت هناك هيئة ، تفردت باحتلال  
المسؤولية عن مستقبل الوطن ومصيره .

وقد شرح « مانوليسكو » Manolesco فكرة الحزب  
الواحد ، فقال :



« الحزب نظام وجيش ، إنه نظام لأنه يقوم على عقيدة وجيش لأنه يتمتع بحقوق لا تحسد . والحزب يعتبر عند أعضائه الأداة المقدسة التي تحفظ سلامة الأمة . ولذلك يستطيع أن يتصرف في أعضائه كما يريد ، فهم يتنازلون عن ذاتيتهم بمجرد انضمامهم إليه ، ويمتثلون بالحزب ، فلا يبق لهم شيء خارج نطاقه . وحياتهم تعتبر رهن إشارة الحزب في كل وقت ، وهو يتصرف فيها لمصلحة الوطن »

وتختلف مهام الحزب الواحد قبل وصوله إلى الحكم ، عن وظائفه ، بعد أن ينتصر ، ويقض على زمام الأمر . فقبل الحكم ، لا يبدو أن يكون حركة كغيرها ، وتعمل هذه الحركة على كسب تأييد إجماعي أو شبه إجماعي من الرأي العام ، حتى تتغلب على خصومها ومنافسيها ، وتظهر بكراسي الحكم . وعندئذ تقل الحاجة إلى الشرح والافتناع ، وتصبح الكلمة للقانون والأوامر التي يصدرها الحزب ، فيقضي غيره من مسرح الحياة السياسية ، ويعمل على تثبيت دعائم النظام الجديد . والحزب الواحد هو همزة الوصل بين الجهاز الحكومي ، وبين الشعب ، وهو الدرع الواقى للنظام الجديد ، لأن فرقة من المؤمنين بمبادئ الحزب ، الذين يحملون أرواحهم في أيديهم ، أقوى من بوليس الدولة مجتمعا . ويبدأ الحزب الواحد ، في ظل النظام الجديد ، بتعليم الأمة فلسفة هذا النظام ، وغرس مبادئه في قلوب المواطنين ثم يظهر

هذه القلوب من رواسب الماضي ، ويتزعج من الروس والآراء المضادة ، ويقوم بالدعاية لأعمال الإصلاح التي تحققها حكومته ، وتلك التي تزعج القيام بها ، ويبدل أقصى الجهد في تربية النشء ، وخلق جيل جديد ، يكون مشرباً بالمبادئ الجديدة ، لأن الكبار لا يتحررون من ماضيهم بسهولة .

ويتألف الحزب الواحد ، عادة ، من نخبة مؤمنة بمبادئه وليس من الضروري أن ينضم إليه عدد كبير من السكان ؛ وإنما سمى بالحزب الواحد لأنه يحتكر مسرح الحياة السياسية وهو لا يقوى على هذا الاحتكار إلا إذا كانت النخبة التي يقوم عليها من الرجال ذوي المواهب الفذة ، والعلم الغزير ، وكانوا متخصصين في فن السياسة ؛ وأما متوسطو الثقافة ، والدماء ، فلا يستطيعون أن يوجهوا الحياة العامة ، وإنما يكتفى منهم بالتأييد الشعبي ، والإيمان بالدعوة التي يحمل الحزب رايتها ، والسير على سنن تؤدي إلى تحقيق الأهداف والمثل العليا ، طبقاً للخطط والبرامج التي يضعها أولو العلم والخبرة الواسعة .

وفي روسيا السوفيتية ، وكذلك كان الحال في ألمانيا النازية ، وفي إيطاليا الفاشية ، يعتبر الحزب السوفيتي ، أو الحزب النازي أو الحزب الفاشي ، قبل الحرب العالمية الثانية جزءاً لا يتجزأ من نظام الحكم . بمعنى أنهم كانوا يحرمون تشكيل هيئات سياسية أخرى ، إذ لا يوجد إلا حزب

الحكومة ، وهو أداة اتصال الدولة بالشعب ، والقوة التي تحفظ التوازن بين الدولة وبين الشعب ، وليس ما يمنع من أن يباشر الحزب الواحد ، بعض شئون الحكم بنفسه ، كجزء من جهاز الدولة ، أو بتكليف من الدولة نفسها ، إذا كانت هي التي تدبره ، وتشرف عليه ، وفي كلا الحالين ، تعتبر أعماله ذات صبغة رسمية .

وتتشابه أنظمة الحزب الواحد ، في مختلف البلاد ، التي ظهر فيها ، فالمخطوط الرئيسية للحزب السوفيتي في روسيا ، والحزب النازي في ألمانيا ، والحزب الوطني الفاشستي في إيطاليا ، وحزب الفلانج الأسباني ، والاتحاد الوطني البرتغالي ، نقول إن المخطوط الرئيسية لتلك الأحزاب ، تكاد تكون واحدة .



وتستعين الدولة في العناية بالتربية والتعليم . وقد كانت المدرسة دائماً في خدمة الدولة وتحت إشرافها المباشر . والحكومة التي تصورها فلاسفة اليونان ، أفلاطون ، وأرسطو ، كانت قائمة على أساس ثقافي . ومن رأى علماء « البيداجوجيا » أن المدرسة يجب أن تتبع سياسة الدولة ، لأن الغاية من التعليم هي إيجاد المواطن الصالح ، واعداد الأفراد

لمجموعة المجموع . ولذلك لا مندوحة عن توحيد الدراسات ،  
وعدم ترك تربية الجيل في تناول من هب ودب ، وإلا  
تعددت المذاهب وتنوعت العقائد ، وانقسمت عرى الوحدة  
الوطنية ، وأصبح الناس فوضى ، وقد نادى الفلاسفة ، منذ  
الحضارة اليونانية ، بتوحيد الثقافة ، وقال «هوبس» بنظرية  
حق الدولة في رقابة التعليم ، ورقابة الفكر ، واستخدام المدرسة  
في غرس مبادئها .

ومهما قيل عن حرية التعليم ، ومراعاة العلم للحيادة النامة ،  
فانه لا يمكن إغفال أثر المدرسة ، في توجيه الناشئين ، وتربية  
الروح ، ولا خير في علم لا يكون في خدمة الأمة ، وما دام  
أن الدولة قوامه على الوطن ومسئولة عن مستقبله ، فلها الحق  
في التدخل في سياسة التعليم ، لتربي جيلا قويا ، يستطيع أن  
يحمل المشعل ، ويكفل استمرار النظام الذي يحقن للوطن  
خير وسعادته .

والمدرسة هي التي تستطيع قبل غيرها ، أن توقد جذوة  
الوطنية . وكل بلد يشعر بكرامته يربي بنيه تربية وطنية .  
وقد كانت المدرسة الألمانية شديدة الحرص على إشعاع  
الوطنية ، في مختلف دروسها ، حتى وإن كانت دروسا  
في الحساب والرياضة ، ولما انهزمت فرنسا في حرب سنة  
١٨٧٠ ، ظلت مدارسها ، تخير صرارة في نفوس أبنائها ،

وتحرّضهم على الانتقام من ألمانيا ، ولم تكف قط عن تغذية هذا الشعور .

وهنا في مصر سار الأمر على نقيض ذلك تماما ، فقد هيمنت إنجلترا على التعليم حينما احتلت مصر في سنة ١٨٨٢ ، واستخدمت قسا اسكوتلانديا يقال له « دانلوب » في وزارة المعارف ، وناطت به إفساد التعليم ، وتحرّيد برامجه من التربية الوطنية ، وتنشئه جيل فاسد متحلل ، يرضى بالاحتلال ، ولا يثق بنفسه أو بأمنه ، وظلت سياسة دانلوب متسلطة على وزارة المعارف إلى عهد قريب ، وما نشكو منه الآن من فساد وانحلال ، ليس إلا آثار المدرسة الدنلوبية .

ومن ناحية أخرى حرصت الدول الاستعمارية على إنشاء معاهد أجنبية في بلادنا ، والترويج لثقافتها ، واستخدام مدارسها في محو شخصية الشعب المصري ، وإضعاف الحوة القومية والعزة الوطنية ، وتقويض العقائد الدينية ؛ وعدا المدارس أنشأ بعض المستعمرين صسالات للمحاضرات ، ومراكز ثقافية ذات أشكال وألوان ، وما « اليونسكو » إلا بدعة أمريكية ، أريد بها إضعاف المقاومة الوطنية ، التي تتفجر بين حين وآخر ، والدعاية للرجل الأبيض ، وتهينة جو من الود والصدقة وتبادل المعونة ، وما إلى ذلك من العبارات الجوفاء التي يستخدمونها ، ليسيطو المستعمر على طبيبات الشرق ، وهو آمن مطمئن ؛ وليس أقتل لأمة من

أن تربى على مصادقة عدوها ومخالفة قائلها ، وترضى بمؤاكلة سارقها ، وكل ذلك لأن الغزو عن طريق التعليم ، قد زلزل العقيدة ، وطمس على الحق ، وفكك بالخلق ، وانتزع منا الثقة بالنفس . ولا يستقيم الحال إلا بعملية تطهير ضد الغزو الثقافي ، مع عدم مراعاة قبول الحلول النصفية ؛ ذلك لأن المدارس الأجنبية ، والثقافة الأجنبية داء قد أزمى وأفرخ في هذه البلاد ، وقد طفحت أعراضه بدرجة مروعة .

والفنون بأنواعها المختلفة وسائل دعائية ، لأنها تترجم عن العواطف ، وتدون تاريخ الحضارة ، فالأهرامات والمسلات ، والتماثيل وأقواس النصر ، والنقوش والزخرفة ، كانت من قديم الزمان أدوات دعائية وتوجيه .

وتعنى الحكومات باستخدام الفن في تخليد أعمالها ، والاشادة بفضلها ، وكل أمة لها فن معارى ، يلائم ذوقها وطريقة عيشها ، ويعبر عما يخالج نفوس أبنائها . وما المعارض إلا لون من ألوان الدعاية ، والتأثير على المواطنين ، وعلى الأجانب . وكما تستخدم المعارض ، والمتاحف ، فى الاعلان عن التجارة ، وفى اجتذاب السائحين ، تستغلها الدعاية السياسية فى تحقيق أغراضها . والتصوير فى مقدمة الفنون التى تفيد فى هذا المضمار ، وكثيراً ما تكون الصورة الجميلة ، أو الكاريكاتور ، تعبيراً عن فكرة معينة ، ويكون مفعولها أقوى من الكلام . والموسيقى والغناء من فنون الدعاية

القوية ، ولها أحيانا مفعول سحرى ، وقد لعبت الأغاني الشعبية في مصر دوراً هاماً ، في تطورها السياسى ، وكانت تصور الأحداث ، وتوجه الرأى العام . وتحتل الموسيقى العسكرية مكاناً ملحوظاً في ميادين الدعاية السياسية ، وقد عنت بها ألمانيا النازية ، عناية خاصة . والمرح أداة دعابة جبارة ، ولذلك تعرض الدول رقابة شديدة على القطع التمثيلية ، وبئذ الإعانات والهبات للفرق التمثيلية ، ودور المرح في الحياة السياسية ، يرجع إلى عصر الرومان .



على أن الدعاية المكتوبة أعمق أثراً من الدعاية الشفوية ، ولذلك احتلت الصحافة المكان الأول من اهتمام وزارات الدعاية ، والصحافة ساطة رابعة من سلطات الدولة ، منذ أواخر القرن التاسع عشر ، ولا يقوم نظام من أنظمة الحكم إلا إذا استطاع أن يهيمن على الصحافة ، ويوجهها .

ويعد الكتاب إلى جانب الصحيفة وسيلة دعابة هامة ، فالناس في هذا العصر ، يقرأون أكثر من ذى قبل ، وهم يهلون الصحيفة بمجرد الفراغ من مطالعتها ، ولكن الكتاب يبقى سجلاً منشوراً ، ويعيش في المكتبات الخاصة والعامة ، وقاري الكتاب ، يفكر ويتبصر ، ويستلهم منه الوحي ، ويستقى منه العقيدة والمبدأ . ولا أدل على نفوذ الكتاب ،

من أن كبار الخطباء يرددون في خطبهم مقتبسات من الكتب ، وقد يحملونها وهم بخطبوت لتوكيد صدقهم ، والتدليل على صحة ما يقولون ، وكثيرا ما تكون المجلدات الفخمة شديدة التأثير على السامعين ، وأخذ كتاب في حياة البشرية ، منذ آدم حتى اليوم ، هو الفرقان ، الذي أحدث أكبر انقلاب في التاريخ الانساني ، وظل وسيظل أبدا الدهر ، الكتاب السماوي ، الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ، ولا من خلفه ، وحينما نتكلم عن الكتب وتأثيرها ، لا ننزع كتابا آخر ، بجانب التزويل ، وقد تفرد عن الكتب الموجودة ، في أيدي الناس ، بأنه وحي من رب العالمين .

والأناجيل المختلفة ، التي وضعت في أتبنا وغيرها ، بعد مولد المسيح عيسى بن مريم عليه السلام ، بما يقرب من مائة عام ، كانت ذات أثر معروف . ومن أناجيل العصر الحديث ، كتاب المقد الاجتماعي « لجان جاك روسو » وقد فقد قيمته ، بانتهاء عصره ، وكتاب « رأس المال » و « لكارل ماركس » وكان « كفاحي » Mein Kampf لهتلر انجيل الشعب الألماني ، وقد هام به إلى حد الهوس والجنون ، وطبع منه ملايين النسخ ، وترجم إلى عدة لغات .

وتستخدم الدول الحديثة حملة الأقلام في وضع مؤلفات ، تبث بها دعايتها في الخارج ، وتعبير عن وجهة نظرها ، وكانت الكتب من أم أسلحة الدعاية الألمانية ، وتقوم الدعاية



البريطانية الآن بوساطة ما يسمى بالمعهد البريطاني باستخدام الكتاب في دعاية سياسية عالمية ، والولايات المتحدة الأمريكية أطول من غيرها باعاً في هذه الحلبة ، وتنفق في مصر أموالاً طائلة ، في ترجمة وطبع مؤلفات ، تضيف عليها صبغة علمية ، ولكنها كتب دعاية أمريكية ، والمكتبة العربية تحتق بهذه المؤلفات ، الزهيدة القيمة ، المطبوعة على ورق صقيل ، وهناك أقلام معروفة تشتغل في هذه الدعاية لحساب الدولار الأمريكي .

وفيما عدا الكتب ، تستخدم الدعاية السياسية المجلات المصورة ، وهناك مجلات تصدر للخاصة ، وأخرى شعبية ، ومن الأساليب الحديثة التي راجت في مختلف بلاد العالم ، بسبب عصر السرعة ، وعدم صبر القارئ على المؤلفات الطويلة ، الكتب الدورية القصيرة ، والمجلات التي تصدر في إطار هذه الكتب الصغيرة الحجم وهي معروفة في بلادنا ، وتقوم الولايات المتحدة الأمريكية بطبع ملايين من هذه الكتب بعدة لغات وتبث دعايتها بين سطور الموضوعات الثقافية ، وهذه الكتب تمتاز بالبساطة والسهولة والاناقة ، التي تفرى القارئ باقتنائها ولا غناء عنها للمسافرين بالسكك الحديدية والطائرات وتعد وسيلة من وسائل التسلية في أوقات الفراغ .

والمنشورات من أدوات الدعاية المطبوعة المعروفة ، وقد تطبع محلاة بالصور والكاريكاتور ، وتتفنن أجهزة الدعاية

في إخراجها بأسلوب وشكل يضطران القارئ لقراءتها ، وقد يحتفظ بها ، وإلى جانب المنشورات توجد النشرات الدورية وغير الدورية ، ولكن النشرات تستخدم في التأثير على الطبقة المستنيرة أكثر مما تستخدم في الدعاية الشعبية .

وتلجأ الدعاية كذلك للنقش على الجدران أو لصق إعلانات على الجدران أو وضع لافتات كبيرة تتضمن عبارات ملفتة للنظر على واجهات المحال العامة وفي مفترق الطرق ، وفي الأماكن التي يفتشها الجمهور وقد تستخدم الدعاية صناديق البضائع والسلع الصغيرة بل تستخدم علب الكبريت وما شابهها .

وكل تلك الوسائل لا تنفي عن الصحيفة ، التي ستظل دائماً وباستمرار سلاح الدعاية المتين ولذلك قال هتلر : « إن الكتب إنما توضع للأغنياء والحمقى من الطبقة المتعلمة والطبقة المتوسطة ولكن الصحف تكتب للجماهير » وتبلغ الصحافة من العمر زهاء ثلاثمائة عام ، وقد شاعت في أوروبا في القرن السابع عشر ، ومنذ مولدها لم تدخر الحكومات وسعاً في التسلط عليها ، والصحافة هي التي أحدثت جميع الهزات السياسية في العالم وفي أوقات الشدائد والمحن ، تحتجب الصحف وتظهر سرية من تحت الأقبية ومن بين الأتفاض بل وتخرج أحياناً من ظلام القبور ، وقد لعبت الصحافة السرية في فرنسا

في الحرب العالمية الثانية دوراً خطيراً وعجزت قوات الاحتلال الألماني عن مقاومتها .

وتطورت الصحافة مع تطور العلوم والفنون فاستفادت فوائد جمّة بالثورة الصناعية التي أحدثت تغييرات هامة في صناعة الورق وضاعفت ما يطبع من الصحف ، كما سهلت رواجها وانتشارها في وقت قصير وجعلت الصحف في متناول كل فرد ، لأن الصحافة قد وجدت لها موارد من الاعلانات التجارية التي تزداد بزيادة الحركة الصناعية والتجارية .

ولكن الصحافة تحمل وزراً كبيراً أمام التاريخ ، فقد باعت ضميرها للشيطان وصارت باباً للحكسب والاعتناء السريع بعد أن كانت صحافة رأي ومثل عليا وهذه محنة ين منها العالم في عصرنا الحديث ، فالصحافة هي التي تخلق الأزمات وتثير الحروب والفتن ، ولكل صحيفة ثمن تباع به نفسها في سوق الذم والضائر وهذا لا يمنع بطبيعة الحال من استثناء قلة من صحف الرأي وهذه الصحف الأخيرة قليلة الانتشار لأنها لا تملك من الموارد ما تستطيع به أن تنافس غيرها في الطباعة والاتقان كما أنها تعف كثيراً عن الانحدار الذي تهوى إليه الصحف التي تهبط إلى مستوى القاري . وتسعى إلى الانتشار والرواج على حساب الفضائل ومبادئ الأخلاق .

ويعززون قوة الصحافة إلى أن الفرد ، في الحياة الآلية

التي نحيها ، لم تعد لديه فسحة من الوقت ليبنى اعتقاده بوحى من شخصيته وذاتية فهو محتاج إلى غذاء عقلى سهل يقدم إليه ويعتقد القارىء أن الصحافة هي مرآة الرأى العام ومن هنا كان تسلطها على العقول والأفهام ولحسن الحكومات بدورها تتسلط على الصحف وتوجهها لمصلحتها في الدعاية الداخلية والدعاية في الخارج . وكانت الصحافة قديما ، وما تزال في بعض البلاد ، مثل فرنسا ، تؤثر على القارىء بمقالاتها الافتتاحية وأبحاثها المستفيضة ، وتحقيقاتها الصحفية ، ولكن قراء الصحف في بلاد كبلادنا لا يطبقون المقالات الطويلة ويؤثرون عليها الأخبار والتحقيقات الاخبارية التي تشبع في قلوبهم الفضول ، وتهبط الصحافة أحيانا إلى حد الاخراج البهلوانى فتصير أداة تسلية واشباع للفراغ لا أداة تثقيف وتوجيه وإرشاد وعندئذ تصبح الصحافة من أسباب تحلل الأمة ومن الأمراض الشديدة الفتك بالمجتمع ولا تمتاز على غيرها بفراسة المسادة وإنما تمتاز بالتنميق وحسن الاخراج وموافقة ذوق القارىء ومزاجه وهى التى أفسدت الذوق والمراج ونزلت بهما إلى الخضيض .

وتعتمد الصحافة اليومية على مراسليها المبشرين في مشارق الأرض ومغاربها ، ولكن رسائل المراسلين أقل توجيها للصحف من وكالات الأنباء وتلك الوكالات عبارة عن مؤسسات ضخمة تشرف عليها الحكومات وتغذيها بالمال

والنفوذ ، وأقدم وكالات الأنباء التي ظهرت في النصف الثاني من القرن الماضي ، هي وكالة « هافاس » الفرنسية ، ولما أمت حكومة فرنسا هذه الوكالة بعد الحرب العالمية الثانية صارت تسمى « الوكالة الفرنسية للأنباء » ولا تنمى وكالة « رويتر » ووكالات الأنباء الأمريكية ، وكل دولة صغيرة أو كبيرة تحرص على أن تكون لها وكالة أنباء واحدة على الأقل ، ذلك لأن وكالات الأنباء لديها من الأجهزة والامكانيات ما تستطيع به أن تنشر على العالم أي خبر في دقائق معدودات ويتوقف التأثير على صيغة الخبر وكيفية إخراجه وطريقة عرضه ، وتتلقى الصحف الكبيرة أنباء الوكالات المختلفة وكثيرا ما تنشرها بغير تصرف ، فتحدث الدولة التي تملك وكالة أنباء كبيرة الأثر المطلوب وتوجه أصدقاءها وأعداءها على السواء الوجهة التي توافق رأيها ومصلحتها .

ولما كانت الصحافة تحتل هذا المكان ، من حيث التأثير على الرأي العام ، فقد وجهت الدساتير في مختلف بلاد العالم مزيدا من الاهتمام بالصحافة ، وكذلك عني المشرع الداخلي بمسائلها ومشكلاتها ، وكل دولة تنص في دستورها على أن الصحافة حرة ولكن هذه الحرية تتفاوت ، بتفاوت الدول في فهم الصحافة ورسالتها ، وبعض الدول تستعين بالمال في التسلط على الصحافة والمثل الطاهر لذلك هو إنجلترا

التي تدير حكومتها صحفا في بلاد كثيرة ، فتملك حكومة  
انجلترا أسهم بعض كبريات الصحف الفرنسية والسويسرية  
بل والأمريكية ، وفي القاهرة تصدر صحف بريطانية باللغة  
العربية ، وتتدى للقارىء في ثياب صحف مصرية والمصريين  
ونشاط الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في التأثير على  
كبريات دور النشر والصحف والمجلات المصورة التي تصدر  
باللغة العربية قد أصبح حديث الناس ولم يعد أمره خافيا على  
أحد ، وإنا لنذكر دارا كبيرة ، شيدت عمارتها والحرب  
قائمة ، وهي عمارة تناطح السحاب ، وكانت مجلاتها المصورة  
تنقل وتوزع في سائر البلاد العربية ، بمعرفة سلاح الطيران  
البريطاني .



وقد أصبحت السينما في العصر الحديث ، أداة لا تقل  
خطرا عن الصحافة ، بل تبزها في بعض الأحيان . والناس  
يفشون دور الخيالة ، للترود بالمعلومات ، وللتسلية وقضاء  
أوقات الفراغ ، حتى لقد أضحت ضرورة لا غناء عنها ،  
وأبوابها مفتوحة منذ الصباح الباكر إلى منتصف الليل ، لمن  
يترددون عليها ، من مختلف طبقات الشعب ، ويزداد عدد  
هذه الدور بزيادة العمران ، ففي فرنسا وحدها ، مالا يقل  
عن خمسة آلاف دار كبيرة ، ويزيد عدد دور السينما في العالم  
على مائة وخمسين ألف دار ، وفي مصر لا يوجد حي من أحياء المدن

الكبيرة أو الصغيرة إلا وقد افسحت فيه دار أو أكثر من دار . وكلما تقدم الاختراع ، استغادت الشاشة البيضاء ، فالبون شاسع بين السينما الصامتة ، منذ ثلاثين عاما ، وبين السينما الناطقة ، التي تعرض صوراً ملونة ، غاية في الروعة والاتقان . ومما لاشك فيه أن ماتراه على الشاشة يترك أثرا في النفس أشد من ذلك الذي تحدثه الصحيفة أو المجلة . فتعد السينما بحق من أعم وأقوى المبتكرات الفنية التي ظهرت مع الحركة الصناعية في القرن التاسع عشر ، وهي تلي في الأهمية اختراع آلة الطباعة ، من حيث التأثير الذي أحدثته ، في تيار الفكر العالمي .

وتستخدم السينما في الدعاية بداخل البلاد ، وفي الدعاية لها بالخارج ، وهي لا تستطيع أن تحقق الغرض المطلوب ، إلا إذا تنحسرت الدعاية ، في ثوب قصة طريفة أو رواية بوليسية أو تاريخية ممتعة ، أو غير ذلك مما لا يدع للنظارة مجال سوى الظن ، والأمر يتوقف على براعة الإخراج ، وحبك القصة . والجريدة السينمائية تقوم بدورها ، في مضمار الدعاية السياسية . وكل دولة كبيرة ، ترصد الأموال الطائلة ، للدعاية لأغراضها السياسية ، بوساطة الأفلام القصيرة ، الاخبارية ، وتقوم الطائرات بنقلها وتوزيعها في مختلف أنحاء العالم ، بمجرد خروجها من المصنع .

وينتفع بالسينما في تربية الناشئين ، وبث الدعاية المطلوبة

عن طريق التعليم بالشاشة البيضاء .

والسينما تعاون على كفاح الجريمة ، وتخدم قضية السلام العام ، وتعرف الشعوب بعضها ببعض ، ولهذا التعريف آثاره العملية ، في الحياة السياسية والاقتصادية والعمرانية ، وتقضى السينما على الجفوة بين طبقات المجتمع الواحد ، فهي تقدم للعمال صورة ناطقة عن كفاح الفلاحين ، وكيف أنهم يكدحون في حقولهم ، وتصور للفلاحين حياة المصنع ، وما فيها من متاعب ، ومخاطر وأهوال ، وتبين لأولئك وهؤلاء دور رأس المال في الصناعة ، وأن الوطن لا يستطيع أن يستغني عن رأس المال ، وبالجملة تنقل كل طبقة أو طائفة إلى أجواء غيرها ، وهذا يساعد على التفاهم بين الطبقات ، كما أن السينما تعرض التاريخ الوطني ، عرضاً جميلاً ، وتصور المثل العليا أحسن تصوير ، فتذكى لبيب الوطنية ، وتدفع الشعوب في طريق العمل والانتاج . ولا يفوتنا أن نذكر الخدمات الجليلة التي تؤديها السينما للسياحة .

وهل ننسى الأفلام الكاريكاتورية ، ملونة وغير ملونة ، وقد عبأت الولايات المتحدة الأمريكية ، خدمات « وولتر ديسني » في دعايتها الحربية ، في العالم ، وحصلت على نتائج موفقة . وتستخدم هذه الصور الآن ، في التنديد بالخصوم السياسيين ، والزراية بهم ، بطريقة لاذعة ، وفكاهة محببة للجمهور .

وتبلغ السينما من العمر الآن نحو ستين سنة ، ولكنها تستخدم



في الدعاية السياسية ، منذ خمس وعشرين سنة . وقد فطن  
البلاشفة قبل غيرهم لقوتها في التأثير على الجماهير ، فاستخدموها  
في الترويج لمبادئهم ، في مختلف أنحاء أوروبا . وأمموا صناعة  
السينما في بلادهم .

وما من دولة في العالم ، تركت السينما حرة بغير رقابة ، من  
جانبها . وإنما تختلف هذه الرقابة ، في حدتها ، باختلاف أنظمة  
الحكم ، فالبلاد الدكتاتورية تتدخل تدخلا مباشرا لاستخدام  
السينما في أغراضها ، إلى حد أنها ، تقدم لشركات السينما  
السيناريو ، وتشرف على الإخراج ، وهناك بلاد ذات نظم  
ديمقراطية ، تجعل تدخلها وإشرافها محرد وقاية ، ضد الأفلام  
المحلية ، وتلك التي تستورد من الخارج ، في حدود ما يكفل  
أمنها وسلامتها ، ويمنع العبث بالأخلاق والفضائل ، أو إثارة  
فتنة سياسية أو اجتماعية وتشتد الرقابة أيضا بالنسبة للأفلام  
التي تصدر للخارج ، لأن كل دولة تحرص على ألا تعرض  
صور الحياة في بلادها في قالب مشوه أو مبتذل ، وكثيرا  
ما يؤدي التساهل في هذه المسألة لاضرار بليغة ، لأن خصوم  
الوطن في الخارج ، يستغلون تلك الصور في الاساءة إلى سمعته  
وتسديد السهام له ، والتعريض ببنيه .

هذه الرقابة مفروضة في إنجلترا وفي فرنسا وفي الولايات  
المتحدة الأمريكية نفسها . ولانكتفي تلك الدول بالاجراءات  
الوقائية وإنما تسخر السينما في دعاياتها الخارجية ، وتشرف على

كل جزئيات الصناعة السينمائية وتقدم للقائمين بها ضروب المعونة والاعلانات والهبات .

والراديو يلعب دوراً أشد خطراً في الدعاية السياسية ، وله من المزايا ما ليس لغيره من وسائل الدعاية الأخرى ، فهو يحترق الحجب ، ويرسل صرخاته على موجات الأثير ولا يستطيع خصومه أن يمنعوا وصول صوته إلى من توجه إليهم دعايته ، وما من فرد في الشرق أو الغرب ، إلا ويقضى بعض ساعات يومه أو مساءه بجوار جهاز الاذاعة ليستمع على الأقل لنشرات الأخبار . ويستطيع رجال السياسة الآن أن يوجهوا من مكاتبهم نداءاتهم وخطبهم إلى سائر أنحاء المعمورة ، وقد قال لينين عن الراديو إنه صحيفة من غير ورق ، وصحيفة لا تحدها مسافة ولا تقيدتها رقابة أجنبية .

وقد لعبت الاذاعة دوراً خطيراً في الترويج للأفكار والمعتقدات السياسية ، وفي رفع مستوى الوعي السياسي عند شعوب كثيرة ، واستفادت بنشاط حركات التحرير التي تفجرت في مختلف بقاع الشرق متأثرة بالمبادئ التي كانت تردها الدول أثناء الحرب العالمية الثانية وهي تدعو لأهدافها وسياساتها . ومن ناحية أخرى تستطيع كل دولة أن تتصل عن طريق الاذاعة وبالأجهزة اللاسلكية بممثلها في مختلف أنحاء العالم وبرعاياها الذين يعيشون في شتى بقاع الأرض وتستطيع في أي وقت أن تزودهم بتعليماتها وتوجيهاتها . وفي

مضمار الأخبار ، تقوم محطات الاذاعة العالمية بنشر الأخبار الهامة في الحال فاذا وقع حادث من الحوادث الجسام تستطيع البشرية كلها أن تقف عليه ساعة وقوعه . وتتبارى الدول في وضع برامج إذاعتها ونشرات أخبارها التي تذيئها بعدة لغات .

وقد اشتدت عناية الدول بالمحطات اللاسلكية في السنوات السابقة على الحرب الأخيرة وفي خلال عشر سنوات ، من سنة ١٩٣٦ إلى سنة ١٩٤٦ تضاعف عدد المحطات اللاسلكية في العالم حتى أن الأرض أصبحت مغطاة بشبكة كاملة من أجهزة الارسال والاستقبال اللاسلكية . وتخضع محطات الارسال في أية دولة لرقابتها الشديدة وتقوم الدولة في الغالب بنفسها ، بالاشراف على المحطات وإدارتها إدارة حكومية .



ومن كل ما تقدم ، يتبين أن وسائل الدعاية الحديثة هي السينما والراديو ، وأخيرا ظهر التيليفزيون ، الذي نجحت تجارب استعماله في الدعاية نجاحا سريعا ، ولا يزال البحث العلمي والفني يغذى إدارات الدعاية بمخترعات ومبتكرات جديدة ، وكلما تعقدت مشكلات السياسة الداخلية والخارجية ، كلما ازدادت الحاجة إلى تلك الوسائل والامكانيات التي تحقق نتائج سريعة ، ويحاولون الآن ، الوصول إلى أجهزة تمكن

الذين يسكنون في قلل الجبال ، أو في صميم الصحارى من متابعة الجلسات البرلمانية والمؤتمرات الدولية ومشاهدة مايجرى فيها وسماع ما يقال ، كما لو حضروا في قاعات الاجتماعات ، ولا يمكن أن تتكهن ، بما سيقرب على استخدام الذرة ، في ميادين السلم ، من خدمات ومخترعات تستفيد بها الدعاية السياسية .



## الفصل السابع

### النهضة في النظم الدستورية

الدكتاتورية التي نعنيها في دروس الدعاية ، هي تلك التي بدأت منذ شهر أغسطس سنة ١٩١٤ ، حينما اختارت بعض البلاد المحاربة أنظمة ، توخت بها غرضين أساسيين : -

أولا : - من الناحية الاقتصادية : تراهي لهذه الدول أن تؤم الإنتاج والتوزيع والمبادلة وتخضع المؤسسات العمالية لاشراف الدولة المباشرة هذا الاشراف الذي تناول النقابات واتحادات العمال .

ثانيا : - من الناحية الفكرية : أمت هذه الدول التفكير في بلادها تقريبا ، تأميا سلبيا وإيجابيا ، وذلك بالحجر على حرية الفكر ومنع التيارات التي لا تلائم سياستها أو تتعارض مع مجهودها الحربي ، كما تولت بنفسها تعبئة الرأي العام وإثارته وتوجيهه الوجهة التي تساعد على الحصول من شعوبها على كل ما تتطلبه الآلة الحربية من تضحيات في الأنفس والأموال .

وقد كانت الحرب العالمية الأولى ، ظاهرة عالمية جديدة ،

إذ لم يسبق أن عدداً كبيراً من الدول التحم في معركة كبيرة وميادين فسيحة كتلك الميادين وألقت كل دولة محاربة بكل ما لديها من امكانيات لتضمن النصر لنفسها ، وقد أدى ذلك لتحول في خطط الدعاية وأساليبها ، إذ تصاهلت الحرية الشخصية واختفت تقريبا من كل تلك البلاد لأن الممارك كانت معارك حياة أو موت ، وكانت الحرب حرب أم وشعوب أكثر منها حرب قوات نظامية ، بل إن الحرب قلبت أوضاع الحياة رأساً على عقب ، وكانت أكثر تأثيراً على الدعاية منها على غيرها من طرائق العيش وكل دولة كانت تعلن من أبواقها أنها تريد بحربها القضاء على المعتدى ، عدو البشرية وأن تكفل أمنا دائماً وتحقق للناس ما تحببه رجال القانون الدولي العام من عالم تغمره السعادة وترفرق عليه ألوية السلم والحرية بصفة دائمة ، ولم تكن تلك النغبات إلا دعاية جوفاء أريد بها الحصول من الشعوب المغلوبة على أمرها على مختلف ضروب المعونة وصرفها عن المطالبة بحقوقها المهضومة .

وقد رأت العقلية السياسية التي خلقتها الحرب الكبرى أن الدعاية ضرورة لا تستطيع الدولة أن تعيش بدونها ، خصوصاً وقد وثب إلى كراسي الحكم رجال أو أحزاب وأرادوا أن يفرضوا أنفسهم ونظرياتهم على الشعوب فرضاً ورأوا أن الدعاية هي التي تجذب القلوب إليهم ، وأما أسنة الحراب

فلا تكن لضمان الاستقرار أو لتطبيق البرامج الجديدة التي يحملونها لشعوبهم .

والحكم الدكتاتوري ، لا يقوم نتيجة إرادة حرة للشعوب أو انتخاب مباشر أو غير مباشر ، كما هو الحال في البلاد الديمقراطية بل إن الدكتاتور لا يستمد سلطانه من إرادة الشعب ، وإنما تعد تصرفاته مشروعة وعادلة في نظر القانون طالما كانت لديه القدرة على حمل الشعب على طاعة أوامرهم وقوانينه ، ويرى علماء الدساتير في العصر الحديث أن القانون يسير دائماً وراء القوة ، وذلك بغض النظر عما يراه الناس ، ولكن هذا لا يمنع من أن الدكتاتوريات أشد من غيرها حاجة للاقتناع بسلامة تصرفاتها ، وإخلاصها لقضايا الشعوب التي تحكمها ، وذلك لكي تأمن الهزات وتتفادى ظهور قوة أخرى تنزع منها السلطان بنفس الوسائل والأساليب التي حصلت عليه هي ، ومن أجل ذلك قيل إن بلاد الحكم المطلق أشد إفراطاً في الدعاية من البلاد المحكومة حكماً ديمقراطياً .

في هذه البلاد ، تعتبر الدعاية في مقدمة وظائف الدولة لأنها مفتاح الثقة وأداة إذعان الشعب فهي تسير مع القوة جنباً إلى جنب ، وتدور موضوعاتها حول المثالية التي ينادي بها الحاكم ، بل تحاول أن تجعل من دعوته عقيدة تتأصل في النفوس وكأنها دين من الأديان ، والدكتاتوريون يمتحنون للتسلط على القلوب وغزو العقول والأفهام وإخراجها من

معمل حكمهم الدكتاتورى ويلتمسون الأعذار بحجة الأمة إلى الوحدة والانسجام بين مختلف عناصرها وأنها بغير الوحدة والعروة الوثقى لا تستطيع أن تعيش فى خضم الأحداث العالمية . ولا يقتصر نشاط الدعاية على معالجة المشكلات السياسية بل يتناول تربية الروح وتغذية الشعور العام وارساء قواعد المثل الأعلى الذى يحمل النظام الجديد مشعله ، وعلى عتبة هذه الأهداف العليا تذوب الحرية الفردية ، ولا تحتل الدولة أية دعاية مضادة تنتشر تحت ستار الحرية الشخصية ، وإنما تأخذ الدولة الأمور بيد من حديد وتقضى على كل نشاط مضاد أو شبه مضاد لها ولا تسمح بقيام تنظيمات حزبية أو جماعية بجانب النظام السياسى القائم ، وتجعل الدعاية عملا حكوميا بحثا بل تصبح الدعاية من الوظائف العامة لأن الدولة تعتبر نفسها مسئولة عن الفكر السياسى فى البلد الذى تحكمه .

وهذه الحالة قد ظهرت فى روسيا السوفيتية وفى إيطاليا الفاشية وفى ألمانيا النازية ، فكانت الأغراض والخطوط الرئيسية للدعاية السياسية والوسائل والأساليب التى استعملت متشابهة مع فوارق بسيطة ترجع إلى ظروف كل بلد وحالة الشعب النفسية فيه .

وينفرد الشعب الايطالى عن الشعوب التى ذكرناها بأنه يميل إلى الفردية ويعتقد الأنظمة الجماعية ، وهو شعب من شعوب البحر الأبيض المتوسط ، يعيش فى الخيال، وبه أنانية،



فوق أنه صرّح خصم للدساتير كما أنه شعب سطحي ،  
وليس من السهل على أي زعيم مهما كان قويا ، أن يوحده  
في ظل مثالية معينة وقد تأثرت إيطاليا كثيرا بالتعاليم  
المسيحية ، فلم يكن من المتيسر أن تحمل محل هذه التعاليم ديانة  
جديدة ، ولكل تلك الاعتبارات واجه الحزب الفاشستي  
في أول عهده متاعب شديدة .

أما ألمانيا فقد كانت أكثر الشعوب استعدادا لأن يفرض  
عليها نظام واحد ، وكانت تربة خصبة للدعاية النارية وهذا  
يرجع لطبيعة الشعب نفسه ، وشعور كل ألماني بأنه قوي  
بأتمته قوي بقوة الجماعة التي يعيش بين ظهرانيها والرجل  
الألماني يتغذى بالأحلام التي تنبع من غابات ألمانيا ويتغذى  
بشعور وطني عميق ويتوق لأن يقوده زعماء أشداء فلم يكن  
عجبا أن ينجح الحزب الاشتراكي الوطني ويجعل من الرايخ  
الألماني الثالث محرابا يتعبد فيه كل ألماني على ظهر الأرض  
وقد كانت دعاية الحزب النازي في عشر سنوات نموذجاً فذا  
للدعاية المبنية على علم وتخصص وخبرة .

وأما روسيا السوفيتية التي سبقت النازية في القيام بدعاية  
سياسية منظمة على نطاق واسع ، فلم تجدد التربة السهلة التي  
وجدتها الحزب النازي وارتطمت بمتاعب داخلية وخارجية .  
وكان لينين روح الدعاية وقلبها النابض وقد استمر يدعو  
للبلشفية عشرين سنة قبل قيام الثورة ، وفي تلك السنوات

العشرين صنع الأسلحة السيكلوجية وغيرها من أسلحة الدعاية التي تكفل له النصر ، ولولا عبقرية هذا الرجل وأعصابه القولاذية لقتلت الشيوعية وهي في مهدها ولسكنه عرف كيف يلعب بمزاج الشعب الروسي ويستغل جميع الظروف لمصلحته ، وساعده في دعايته الفقر الشديد والبؤس الذي كان آخذاً بخناق الشعب ، كما استفاد ببساطة الشعب وجهله وغفلته وباتساع رقعة البلاد وطبق النظريات العلمية تطبيقاً صحيحاً ، وعنى بالأصول دون الفروع والتفاصيل ، ولم يصطدم بعقيدة قوية كانت تتحكم في عقلية الرجل الروسي وتقف حاجزاً دون النظرية الجديدة بل كانت العقائد قبل الثورة الروسية قد تزلزلت وانهارت وقد كانت دعاية لينين بلسماً للقلوب الحائرة ووقوداً للفرائز الجامحة التي استغلها أينما استغلال . في سنة ١٩١٧ ، كان الشعب الروسي قد مل القتال وكان تواقاً لانتهاء حالة الحرب والتخلص من أوضاعه الاقتصادية العقيمة ، وكانت كلمة سلم أو أرض محبتين إلى نفسه فأثارنا الملايين من الرجال ، والشعب الروسي لا يعدو أن يكون شعباً تشبه الكلمات الرنانة ولو كانت جوفاء ولا معنى لها ، ثم أنه لا يطلب شرحاً ولا أدلة على صدق ما يلقى به إليه ، وقد وجد الشعب في قادة الثورة منقذين وسلم لهم طائفاً وتنازل بسهولة عن حريته الشخصية ، وكان ذلك راجعاً إلى تاريخه وجغرافيته وحالته السيكلوجية الخاصة .

وأما الفاشية والنازية فكانتا قائمتين بدعاية تستهدف  
مطالب سياسية معروفة لشعبي إيطاليا وألمانيا ، أما لينين  
فلم يكن ينادى بمطالب خاصة لشعبه وإنما أعطى نظريته  
صبغة عالمية وادعى أنه جاء للناس بدين جديد ، ولكن هذا  
الدين كان عدوا لأي دين آخر ولأية دعوة سياسية سبقته  
وكما ادعت الثورة الفرنسية أنها قامت لتغيير أنظمة الحكم  
في العالم ادعت الثورة الروسية أنها تريد أن تقود العالم كله  
لذلك الطريق الجديد ، ووعدت البشرية بمحنة أرضية لا يكون  
فيها نظام للطبقات وإنما تحقق العدالة المطلقة للجميع وتقضى  
على الرأسمالية القضااء المبرم ، كما تقضى على الملكية الخاصة  
وتنشد المساواة المطلقة ولذلك راحت تدعو العمال في مختلف  
بقاع الأرض كي يتحدوا ويقيموا دكتاتوريات شعبية  
في انتظار إقامة النظام العالمى الجديد وعممت الثورة الروسية  
وسائل الانتاج وقالت إن كل فرد يشتغل حسب كفايته  
ويقبض حسب احتياجه ، وأنه حينما يحرر العالم من طغيان  
الرأسمالية ومن الحروب التى يوقد جذونها الانتهازيون  
والاستغلاليون فسوف يكون فى مقدوره أن يرى المساواة  
الحقة وتصبح الدولة عديمة الفائدة ولكن إلى أن يصل  
العالم إلى تلك الغاية يجب أن تظل الدولة قائمة حتى تأتى بالجنة  
الأرضية العالمية .

أما النظرية النازية فكانت مجموعة مبادئ يتألف منها

إيمان جديد للشعب الألماني ، ورأى أصحاب هذه النظرية أن يغيروا الحالة المعنوية تغييراً تاماً ، وقد تقمص شخص هتلر هذا الاعتقاد الجديد الذي أراد أن يوحد ألمانيا كلها وينتشلها من الفاقة والمحن السياسية التي فرضتها عليها هزيمة الحرب العالمية الأولى .

وكانت الاشتراكية الوطنية ، تنحصر على الفرد قيمته الذاتية ، فلا تنظر إليه إلا كلبنة في بناء المجتمع الألماني ، فما عليه إلا الطاعة والفناء في سبيل الجماعة ، ومجدها ، وقد أحبت النازية نظرية العنصرية الآرية . التي قال بها من قبل الفلاسفة من أمثال « نيتشة » ، وما دام الرأي هو رأي الجماعة ، ولا فردية على أي نحو كان ، فما هي السلطة التي تمثل هذه الجماعة ، وتكون كلمتها هي القانون ؟ لقد ركزوا السلطة كلها في يد « الفوهرر » أي الزعيم *Fuhrerprinzip* ، وهو الذي يعبر عن إرادة الجماعة ، وهذه النظرية كذلك لم تكن جديدة ، فقد قال بها « فشت » *Fichte* ، و« لاسال » *Lassale* و« سبنجلر » *Spengler* ، و« فاندربروك » *Bruck* والفوهرر هو رمز الإيمان الجديد ، وهو الدولة ، وما على الشعب إلا الطاعة والولاء ، لأنه مرآة لضمير الشعب الألماني ، وأوجدوا هيئة اتصال بين الشعب وزعيمه ، وهذه الهيئة هي الصفوة التي تتألف منها هيئة الحزب ، وهي

الحركة للجماعة ، وهي التي تنشر الدين السياسي الجديد ،  
وتدافع عنه .

ونظام سياسي ، يقوم على تلك الصورة ، لا يستطيع أن  
يعيش بغير رعاية متبذرة ، تعمل على الاحتفاظ بالسلطة والتفوذ ،  
وتستأصل شأفة كل معارضة ، وتسهر في الوقت نفسه على  
تسليح الشعب وتعبئته تعبئة عامة . وتنقل آراء الزعيم  
إلى شعبه وبالعكس ، فالدعاية في هذا النظام مرفق عام من  
مرفق الدولة ، كما أنها وظيفة رئيسية من وظائف الحزب  
القباض على زمام الأمر .

ولم يكن « موسوليني » مبتكراً للنظام الفاشستي ، فقد  
وردت كلمة « دوتشي » Duce في كتابات الفلاسفة  
الإيطاليين من أمثال « بلانكي » Blanqui و « أورباني »  
Oriani و « كوراديني » Coradini ، وهؤلاء بدورهم  
كانوا ينادون بفناء شخصية الفرد ، وذوبانها في شخصية  
الدولة .

كتب موسوليني عن الفاشية ، فصلاً منشوراً ،  
في « الانسكوبديا » فقال :

« إن الفاشية هي تقييد وتوكيد للدولة باعتبارها ضالة  
الفرد وطلبتة . . . وما الحرية الحقبة إلا حرية الدولة ، وهي  
التي تكفل حرية الفرد كعضو فيها . والواقع أن الفاشية  
تعالج كل الأمور من زاوية الدولة . . . »

وحاول موسوليني أن يجعل من الفاشية ديناً للشعب الإيطالي ، باعتبارها قوة روحية ، تمثل فيها صور الحياة الفكرية والمعنوية ، فقال : « ليست الفاشية مجرد مشروع ، ومؤسس لنظام الحكم ، ولكنها معلم ومرب روحى . وهى تعمل لإعادة بناء الحياة الانسانية ، فتكون الفرد وأخلاقه وعقيدته . وهى فى سبيل ذلك تتطلب النظام وتحتاج إلى السلطة ، بشرط أن يكون هذان العنصران قدامتزان بالأرواح . وترى الفاشية أن الدولة هى المثل الأعلى ، والدولة واعية ، ولها إرادة ، والدولة هى الحارس الأمين على سلامة المجموع فى الداخل والخارج ، كما أنها ترعى روح الشعب ، تلك الروح التى ربّتها القرون الطوال ، وهى تشمل ضمن ما تنطوى عليه لغة الأمة وعاداتها وتقاليدها وعقيدتها » .

ولذلك ادعت الفاشية أنها تدعو إلى الديمقراطية الصحيحة ، ولكنها فى الواقع قد مزجت بين مبادئ منافية للديموقراطية ، ومبادئ كانوا يسمونها نقايسة الدولة ، وأثارت الفاشية العواطف الوطنية ، ودفعتها نحو الفتح والعدوان على الغير . ويستفاد هذا الاتجاه من تصريحات موسوليني ، ومنها بيانه الذى ألقاه فى مجلس النواب فى ٢٦ مايو سنة ١٩٢٧ ، وقال فيه إن الفاشية ، ستعيد إلى إيطاليا امبراطوبتها الرومانية .

وكان برنامج الفاشية فى الداخل ، يسمى خلق رجل

إيطالي من طراز جديد ، يخوض غمار الحرب ، ويتبارى في ميادين البطولة الوطنية . وكانت تنادى كل فرد لأن يكون مستعدا للتضحية ، والبذل ، في سبيل وطنه ، حينما يتنادى المنادي للجهاد والنضال ، وعلى الدولة ، أن تتعهد كل مولود إيطالي ، وهو في المهد وتنشئه على مبادئ إيطالية الجديدة .

ولم تكن نظرية موسوليني مبدية على فلسفة عميقة ، بل كانت مثالية عملية تستهدف غرضين رئيسيين وهما الوحدة والاستعمار . ولذلك لم تستخدم الدعاية في التبشير بفلسفة سياسية ، ككدين جديد ، كما فعلت روسيا السوفيتية ، أو ألمانيا النازية ، وإنما استعملت في إيقاف نخوة الشعب للاستجابة للحكومة الفاشية ، ومعاونتها على تحقيق الوحدة ، وإعادة ملك قبصر .

ومما تقدم ، تتضح الفوارق بين ما كانت تدعو إليه الدكتاتوريات الثلاث ، في موسكو وبرلين وروما ، وهذه الفوارق كانت واضحة في لغة البيانات والمقالات والاذاعات المختلفة ، ولكن الاستراتيجية كانت واحدة في أساليبها ووسائلها وخطوطها الرئيسية .



وبالدعاية استطاعت كل واحدة من الدكتاتوريات المشار إليها أن تصل إلى الحكم .

ففي روسيا بدأت الدعاية الشيوعية قبل سنة ١٩١٧ .  
وكانت القيصرية في شغل شاغل بمقاومتها ، والضرب على  
أيدي مروجيها ، ولكن « لينين » استطاع أن يواصل  
العمل في المنفى ، مستعينا بمصابة من البلاشفة الذين احترقوا  
هذه الدعاية ، وأعدوا لها في مدارس أنشئت خصيصاً  
في « كبرى » ، وفي بولندا ، وفي غيرها ، وتسربت بضاعة  
هؤلاء وتغلقت في روسيا ، على الرغم من نشاط بوليس  
القيصر .

كان البلاشفة ، يدعون سرا ، وفي طي الكتمان الشديد ،  
في حين أن الدعاية النازية والفاشية ، وهما بصدد محاولة  
الوصول إلى الحكم ، كانتا تعملان في وضوح النهار .

قال موسوليني في حديث له ، سنة ١٩٢٢ : « إن برتاجنا  
بسيط ، وواضح ، فنحن نريد أن نحكم إيطاليا » . وقد بدأ  
دعايته في ميلانو ، في سنة ١٩١٩ ، بتأسيس صحيفة يومية  
فيها ، وراح يستغل تبرم الشعب الإيطالي بمعاهدة الصلح ،  
وشعوره بالغبش الذي حاق به ، وخيانة حلفاء الغرب له .  
وتقدم موسوليني للانتخابات النيابية فباء بالفشل ، ولكنه  
لم ييأس ، ولم تقعه الهزيمة عن المضي فيما أخذ نفسه به ،  
فضاعف دعايته ، حتى استخدم الأغاني الشعبية ، والموسيقى ،  
وألف فرق ذوي القمصان السوداء ، وبدأت تتظاهر  
في الشوارع ، والميادين ، في صفوف وطواير نظامية ،



وكان اختيار موسوليني للون الأسود ، شارة حداد ، ترمز  
لايطاليا الحزينة ، لما أصابها على أيدي حلفائها الفادرين .  
وهذه الدعاية أيقظت الشعور الوطني في قلوب الايطاليين ،  
وتحمس لها المحاربون القدماء ، الذين جعلوا جمهرة الشعب ،  
تموج ، وكأنها ترقص فوق بركان . واستمرت هذه الدعاية  
تستخدم ثلاث سنوات كاملة ، وتستغل سوء الحالة الاجتماعية  
والاقتصادية ، ومعجز الحكومة عن معالجة المشكلات التي  
لا تقبل التأجيل . وكانت الماركسية زاحفة على إيطاليا ،  
وكانت تنخر في عظامها كالسوس فتصدت لها الفاشية ،  
وآلت على نفسها أن تحطم تلك البصاعة الروسية ، وتحولها  
إلى رماد تذروه الرياح ، ولجأت الفاشية إلى العنف ، ونجحت  
في وضع ملك إيطاليا أمام الأمر الواقع ، وتعيين موسوليني  
رئيساً للوزارة في أكتوبر سنة ١٩٢٢ .

وفي ألمانيا ، لما حاقت بها الهزيمة ، بعد الحرب العالمية  
الأولى ، تأسس حزب العمال الألماني ، لينار لشرف بلاده .  
وانضم «أدولف هتلر» إلى هذا الحزب ، في نهاية سنة ١٩١٩ ،  
وسرعان ما أهلته مواهبه وحماسته لرئاسة قسم الدعاية  
في الحزب المشار إليه ، واشتد ساعده ، وقوي نفوذه  
في الحزب ، فليخص مبادئه في خمسة وعشرين بنداً ، وحصّر  
أعداء ألمانيا في أربعة وهم : الرأسمالية ، والماركسية ،  
واليهود ، والأجانب ، وقام هتلر بدعاية منقطعة النظير ، طيلة

أربع سنوات من أكتوبر سنة ١٩١٩ إلى نوفمبر سنة ١٩٢٣ ، حتى جعل من ذلك الحزب الصغير حركة شعبية ملفتة للأنظار ، وكان يلهب حماس الجماهير في الاجتماعات المتعددة التي عقدها وخطب فيها ، خطباً كانت تحمل عصيراً من قلبه القوي ، وكانت تعبيراً صادقا عما يساور نفوس مواطنيه ، وسرعان ما جند المتطوعين الذين انخرطوا في صفوف حزبه ، وكان قادراً على اجتذاب خصومه ، وإقناعهم بمبادئه .

ولجا هتلر فيما لجأ إليه إلى القوة المادية ، فكان يسلط جماعته على خصوم حزبه ، فقتلهم مع المحصوم في معارك تستعمل فيها الأيدي والحرارات ، والأسلحة أحياناً ، وكانت تلك المشاجرات تأخذ مكانها حينما تكثر الجوع ، حتى على أبواب دور السينما ، فيتدخل البوليس ، ويلتفت الناس إلى هذا الحزب المشاغب ، ويتساءلون عن مبادئه وأهدافه ، فتروح دعوته بسرعة . وتحت تأثير الدعاية انضم إلى الحزب بعض كبار الشخصيات الألمانية ، واستطاع هتلر أن يصدر صحيفة أسبوعية اسمها *Völkischer Beobachter* ، وانتخب هتلر رئيساً للحزب ، الذي صار اسمه «الحزب الوطني الاشتراكي للعامل الألماني» وبدأت في داخل الحزب أعمال التجنيد ، والتدريب العسكري ، ووضعوا خطة الوصول إلى الحكم في سنة ١٩٢١ . وفي السنة التالية ، منيت ألمانيا بأزمة مالية شديدة ، فكانت فرصة فذة استغلها الحزب

الاشتراكي الوطني ، وجمع حوله الساخطين والمتذمرين ، واتخذ من البؤس والشقاء وكرهية الحكم القائم وقتئذ مادة دعاية دسمة . ولما نجح الزحف الفاشستي على روما ، أراد هتلر أن يحذو حذو موسوليني ، فدير انقلاب « ميونيخ » في سنة ١٩٢٣ ، ولصكن قضى على هذه الحركة ، وهي في مهدها ، وزج بهتلر وصفوة من صحبه في غياهب السجون ، وفي قلعة « لاندسبرج » Landsberg ، أملي زعيم الرايخ الثالث ، كتابه « كفاحي » ووضع في هذا الكتاب وهو في سجنه دستوره وبرنامجه لحكم ألمانيا ، وجعلها دولة عظمى ، وقرر في هذا الكتاب ، أنه لابد أن يسبق الانقلاب استخدام الدعاية حتى يظفر الحزب بتأييد إجماعي من الشعب .

وكان هناك توارد خواطر بين هتلر ، ورجل آخر ، من خيرة شباب ألمانيا ، وصفوة أبنائها المثقفين ، وهو الدكتور « يوسف جوبلز » الذي انضم إلى الحزب النازي في سنة ١٩٢٢ . وكان هتلر هو الذي اكتشف « جوبلز » وتوسم فيه عبقرية خارقة كمظم حزبي ، وكخطيب ، فلما أصيب الحزب بهزيمة « ميونيخ » لم يتطرق اليأس إلى قلب « جوبلز » ، بل فر إلى « البرفيلد » ، وهناك اشتغل رئيس تحرير لأحدى الصحف المحلية ، فتابع في أعمدها الدعاية لمبادئه حزبه النازي . وفي سنة ١٩٢٥ اشترك مع صديق له ، اسمه « جورج استراسار » في تأسيس صحيفة اسمها « الآداب

الاشتراكية الوطنية « ، وفي نفس السنة ، خرج هتلر من السجن ، وهو أشد ما يكون تصميما على استئثار النضال ، وفي العام التالي ، أسند إلى « جوبلز » منصبا رئيسيا في الحزب ، بصيغته رئيس لجنة الحزب المركزية في برلين ، وكانت لبرلين أهمية خاصة ، لأنها كانت مقبلا للماركسية ، التي حكم عليها هتلر بالاعدام ، وقضى « جوبلز » عامين ، في دراسة ، سيكولوجيا العاصمة ، وقد تبين له أن الشيوعية التي تغمر طبقاتها العاملة ، ليست إلا أعراضا سطحية ، ولكنها لم تصل إلى الأعماق ، وغزا برلين بدعاية فنية محكمة ، وكانت في صراعها مع الماركسية كعصا موسى ، وهي تتلقف ما يافك الساحرون ، وقد أثنى الفرق النازية جراح الشيوعيين ، وكانت تضربهم ضربا مبرحا ، واستخدمت الدعاية النازية كل وسيلة ممكنة لاجتذاب الناس إليها ، فملوا كب الرائحة ، والمحطبات الحماسية المثيرة ، والمعارك الصاخبة ضد الشيوعيين تارة ، وضد البوليس تارة أخرى ، والمنشورات ، والاعلانات ، والأعلام ، والطواير والقمصان الداكنة ، كل ذلك مكن لهتلر وجوبلز من اجتياح برلين ، والسيطرة على مشاعرها . ففي ثلاثة أشهر ، تضاعف عدد أعضاء الحزب النازي ، وهزم أعداؤه هزائم متلاحقة . ولما جرت الانتخابات العامة ، في سنة ١٩٣٨ ، فاز الحزب النازي بثماتة ألف صوت ، واحتل اثني عشر مقعدا في « الرايشتاغ » ، ونيطت دعاية

الحزب كلها بالدكتور « جوبلز » . ووصل الرجلان إلى الحكم بالطرق المشروعة في سنوات قلائل ، فبعد أن كانت نسبة الأصوات التي حصل عليها الحزب النازي ، من مجموع أصوات الناخبين ، في سنة ١٩٢٨ لا تزيد على ٢٠٦٣ ٪ ، بلغت هذه النسبة في انتخابات مارس سنة ١٩٣٣ أربعة وأربعين في المائة ، وارتفعت في انتخابات نوفمبر من نفس السنة إلى ٩٥ ٪ وقد اضطر الرئيس « هندنبرج » لاسناد منصب مستشار الرايخ الألماني إلى المهر هتلر ، ولما مات هندنبرج ، نودي بهتلر زعيما للشعب والدولة ، وقبض الحزب النازي على ناصية الأمور بيد من حديد .

ويرجع أكبر نصيب من الفضل في هذا النصر المبين للدكتور جوبلز ، وأجهزة دعايته المتقنة ، وأساليبه العلمية المبتكرة ، وقد كان خيرا بعلم النفس الاجتماعي ، وعرفه أن الشعب الألماني ، قد جبل على حب العسكرية ، والتعلق بها إلى حد بعيد ، فكانت الحللي الموشاة تهز حماس الجماهير ، كما راعنهم الطواير النازية ، التي كانت تعبر عن وطنية دافقة ، وعزم على التآمر لألمانيا ، لا تغله قوة في الأرض . وكانت سنة ١٩٣٢ من السنوات الحاسمة في تاريخ النازية ، فقد رشح هتلر في انتخابات رئاسة الجمهورية ضد الرئيس « هندنبرج » ، وبفضل الدعاية البارة ، اهتزت أركان الكرة الأرضية بهذا الاسم الجديد ، بل ذلك النجم الذي لمع

فجأة في سماء ألمانيا ، معلنا عن أحداث جسام ، وتطورات في حياة العالم ، لا يمكن التكهن بها . وفي مضمار الدعاية الانتحائية استطاع جوبلز أن يغطي ألمانيا كلها بصورة هتلر ، وراجت اللوحات والاعلانات ، التي تحمل هذه العبارات « هتلر سيصبح رئيسا » و « مع ذلك سيكون هتلر رئيس ألمانيا » . وعقدت مئات الاجتماعات يوميا ، وشهدت برلين عشرين أو ثلاثين من الاجتماعات في اليوم الواحد ، وكانت سيارات النقل تطوف في الشوارع ، حاملة أنصار هتلر ومؤيديه ، وتقيم المدينة وتقعدها . وفي الليلة الواحدة ، كان كل من هتلر وجوبلز يخطبان مالا يقل عن خمس أو ست مرات ، وقد طافا ألمانيا كلها على متن الركب ، فكان هتلر يخطب صباحا في بروسيا الشرقية ، ويخطب بعد الظهر في سيليسيا ، ويحضر اجتماعا في المساء في « ورتنبرج » ، ثم يطير قبل أن ينتصف الليل إلى « بافاريا » ، وجوبلز من ناحية أخرى ، كان كمن يحمل في طائرته مسحوق دعاية ساحرة ، ويرش هذا المسحوق فوق كل شر من أرض ألمانيا ، وبذلك أضحت النازية ديناً يدين به عشرات الملايين من أبناء ألمانيا . ولم تكن تمر دقيقة واحدة ، دون أن يسمع الشعب من الاذاعة ، أو من مكبرات الصوت ، نداء جديدا ، يردد اسم هتلر ، أنشودة ألمانيا في القرن العشرين ، ولم يبق مكان من جدار إلا وعليه صورة لهتلر أو إعلان أخاذ من

إعلانات الحزب النازي . ونتيجة لذلك كله ، عين هتلر مستشارا للرايخ الألماني في ٣٠ يناير سنة ١٩٣٣ ، ودق قلب ألمانيا دقات نازية شديدة ، تنادي أن وحدوا ألمانيا ، وانتظروا الخطوات التالية من الوطن الألماني الكبير .



وماذا بقي بعد الوصول إلى الحكم ؟ !

بقي على الدعاية واجب أمم ، وجهد أقصى مرارة . فجهاز الدعاية الضخم ، هو المسئول الأول ، عن الاحتفاظ بالحكم ، وإرساء قواعد العهد الجديد . والوسيلة واحدة ، في مختلف تلك البلاد ، ذات أنظمة الحكم المطلق ، ألا وهي تعبئة شاملة لجميع أدوات الدعاية وطرائقها ، ووضعها تحت تصرف الدولة ، واحتكار الدولة لها وتأمينها .

والصحافة هي العقدة الأولى ، والمشكلة الكبرى التي يجب التغلب عليها . أتدرى ماذا فعلوا بصاحبة الجلالة ؟ !

كان لينين وهو في منفى ، ينادى عشرين سنة متصلة بوضع الصحافة جملة في خدمة البلوريتاريا . وقد فعل ذلك بمجرد نجاح الثورة . وأول إجراء اتخذته ، هو الحكم بالاعدام فورا على الصحف المعارضة ، وتأمين الصحف والمجلات من غير استثناء . وقبل أن يدبر عام ١٩١٧ ، قرر مجلس قوميدي الشعب ، إلغاء ترخيصات جميع الصحف ،

التي كانت تصدر في روسيا ، ووضعوا لذلك نصا دستوريا ،  
هو المادة ١٤ من دستور ١٠ يوليو سنة ١٩١٨ ، لتبرير  
الاجراءات التي اتخذت في العام السابق ، وترجمة هذا  
النص هي :

« لضمان حرية التعبير عن الرأي للعمال ، ألغت الجمهورية  
الاشتراكية الفيدرالية لروسيا السوفيتية ، تبعية الصحافة  
لرأس المال ، ووضعت تحت تصرف الفلاحين ، والعمال  
الوطنيين ، جميع الوسائل الفنية والمادية ، اللازمة لتحرير  
الصحف ، والنشرات ، والكتب ، وسائر المطبوعات  
الأخرى ، وضمان ذيوها في سائر أنحاء البلاد .

ولم يبق من الصحف إلا تلك التي تنطق بلسان الدولة ،  
أو لسان الحزب الشيوعي ، أو تصدر عن المنظمات العمالية ،  
وجماعات الفلاحين ، وحرم على غيرهم أن تكون لهم صحافة .  
وهذا الاجراء يعتبر نتيجة منطقية لنظام الحكم السوفيتي ،  
هذا النظام الذي جند العقول ، كما جند الأجسام . وقد قالوا  
إنه مادام أن روسيا السوفيتية هي دولة الكادحين من العمال  
والفلاحين ، فحرية الرأي والقول حلال لهم ، حرام على  
غيرهم ، وفي هذا النظام الشديد الوطأة ، أمموا الانتاج كما أمموا  
الدعاية ، وفعلوا هذا باسم الشعب ، فكانت سياستهم ديموقراطية  
شعبية ، ولكنها ديموقراطية مؤمنة ، جعلت من الفرد آلة  
تحررها الدولة ، وتتصرف فيها كما تريد ، وزعموا أن الشعب



هو الذي يحكم ، ولكن عصاية جبارة هي التي احتكرت كل شيء في الدولة ، وفرضت هذا الاحتكار على الصحافة وحرية الفكر !!

ويهدى من هذه العقلية ، وباسم الشعب ، وضعت روسيا السوفيتية ، دستور سنة ١٩٣٦ ، الذي أعطى الدولة هيمنة تامة على أدوات التعبير عن الرأي ، وعلى الفكر بوجه عام . وكتبت « البرافدا » في ٢٢ يونيو سنة ١٩٣٦ ، مقالا ، نوهت فيه عن هذا الدستور فقالت :

« في بلاد السوفيت ، ألغيت الصحافة التي أفسدتها البرجوازية ، واختفت إلى غير رجعة ، كما اختفى رأس المال ولن يعود أبدا . وإنا لنستخدم حرية القول ، وحرية الصحافة ، وهما القوة الجبارة ، في تدعيم النظام السوفيتي . وكل من يحاول أن يززع هذا النظام ، عدو للشعب ، ولن يسمح له بأن يتناول ورقة ، ولن تطأ قدمه عتبة المطبعة ، التي ينشر منها سمومه ، ولن يجد قاعة واحدة ، أو ركنًا في قاعة ليرفع صوته » !!

وقد وجهت روسيا الحمراء جل اهتمامها للصحافة ، وجعلتها ركناً رئيساً في بناء الدولة ، فالدولة هي التي تمول الصحف ، والدولة هي التي تمدّها بالورق وبالمداد ، وبآلات الطباعة ، والدولة هي التي تعين المحررين ، وسائر عمال الصحيفة وموظفيها ، ويتلقون منها الأوامر والتعليمات ،

بوساطة إدارة الصحافة ، التابعة للجنة المركزية للحزب الشيوعي ، وتتفرع عن هذه اللجنة ، لجان محلية ، ترافق الصحف ، وتتولى صناعة آلات الطباعة ، وتوزيعها .

وبمراجعة الإحصاءات والأرقام ، نجد أن عدد الصحف في روسيا القيصرية بلغ في سنة ١٩١٣ ثمانمائة وتسعة وخمسين صحيفة ، وكانت تطبع في اليوم الواحد ثلاثة ملايين من النسخ ، وفي آخر إحصاء ، وصلنا عن صحف روسيا السوفيتية ، بعد الحرب العالمية الثانية ، زاد عدد صحفها على ستة آلاف صحيفة ، وذلك عدا ثلاث صحف كبرى ، تصدر في موسكو ، وتطبع هذه الصحافة في اليوم الواحد ، ما يزيد على ثلاثين مليوناً من النسخ . ويجب أن نلاحظ أن الألمان ، قد أحدثوا تخريباً شديداً في روسيا ، ودمرت دور صحف كثيرة ، وعطلت آلاتها ومكاتبها .

وبتلخص نظام الصحافة هناك ، في أن صحف موسكو الكبرى ، هي التي تقوم بتوجيه الصحافة كلها في الاتحاد السوفيتي ، وكل واحدة من تلك الصحف الكبرى ، تخضع لإشراف وسيطرة منظمة عليا من منظمات الحزب السوفيتي ، وتساهم كل نقابة ، في التحرير ، والإخراج . « والبرافدا » ، هي لسان حال لجنة الحزب المركزية ، و « الاقسيتا » ، هي لسان حال الحكومة ، « والترود » هي صحيفة اللجنة المركزية للثقافات .

وتقوم هذه الصحافة المركزية ، بدور الإيحاء والتوجيه للصحافة الإقليمية ، وتظهر صحف الأقاليم في أشكال وقوالب مختلفة ، وهناك صحيفة المصنع ، وصحيفة الحقل ، وصحيفة النقابة العمالية ، وصحيفة نقابة الفلاحين ، وتخضع كل صحيفة لمنظمة شيوعية ، تصدر لها الأوامر ، التي تتلقاها المنظمة من موسكو ، وتسهر على تنفيذها ، وما على الصحف إلا الطاعة العمياء ، وتطبع كل صحيفة بلغة الجهة التي تصدر منها ، فالأوكراني والتركماني ، والقوقازي ، والتتاري ، كل واحد من هؤلاء ، يقرأ صحيفته بلغته وبلهجه .

وتتنوع أشكال الصحف ، وثباها ، ولفساتها ، وموضوعاتها ، ولكنها جميعاً أدوات دعاية ، وتنسم بالتعصب العنيف ، والمتعمد ، ولذلك يعلم القارئ ، وليس فيها ما يسلي ، لأنها تكاد تكون جميعاً صوراً مطابقة للأصل ، وتشارك كلها ، ابتداءً من صحيفة المجلس السوفيتي الأعلى ، إلى صحيفة قروية صغيرة ، في نشر المقال الافتتاحي ، الذي تكتبه « الانفستيا » ، والذي يحرر في موسكو ، وتراجعه اللجنة المركزية ، وتراقبه قبل نشره ، عدة إدارات ، فيظهر في جميع الصحف ، في وقت واحد . وتحتكر وكالة تاس السوفيتية سائر الأنباء ، ومحرم على أية صحيفة ، أن تنشر خبراً محلياً ، إلا إذا استقتته من المصادر الرسمية .

ومن أجل ذلك تجهل عامة الشعب ، حقيقة ما يجري

في البلاد ، وكل فرد يتعلق بأهداب السكوت والصمت ،  
ويتظاهر بأنه مؤمن بما يكتب وبما يقال ، ثم يضع يده على  
عنته ، ليستوثق من أنه حي يرزق .

وما رجال الصحافة هناك إلا موظفون ، جندوا من بين  
المراسلين العالميين ، والمراسلين الفلاحين ، ويخضعون لرقابة  
حكومية شديدة ، ويشترط فيهم أن يكونوا أعضاء ، في  
الحزب الشيوعي ، ولا يسمح لهم باحتراف هذه المهنة ، إلا  
بعد تخرجهم من مدارس خاصة ، أنشأها الحزب الشيوعي  
لتوجيه الفكر وتربيته على المبادئ السوفيتية .

وتخضع المطبوعات الأخرى عدا الصحافة لنفس القبضة ،  
ففي سنة ١٩١٨ ، أمت روسيا تجارة الكتب والمؤلفات ،  
وجعلت النشر احتكارا في يد الدولة ، كاحتكارها لتجارة  
الكتب ، والفرض من هذا الاحتكار هو بث الأفكار  
الشيوعية في الشعب ، ويطبعون كتابات زعماء الحزب  
بالملايين ، وتصدر هذه المطبوعات بالذات ، في سبعين لغة ،  
 ويفرضون اقتناءها فرضا ، والتقصير في هذا الواجب ،  
يستتبع أشد العقاب . وتطبع روسيا من الكتب الشيوعية ،  
في العام الواحد ، ما لا يقل عن نصف مليار من النسخ .

وما ساعد على رواج مطبوعاتها ، تقدم القراءة والكتابة ،  
ونجاح حملات نحو الأمية ، وقد غطت البلاد بشبكة من  
المكتبات ، وضاعفت صالات المطالعة ، وزودت الأندية ،

وعربات السكة الحديد بالمكتبات ، وكل قرية مهما كانت  
قائية لها عدة مكتبات عامة .

وتلعب السينما في حياة روسيا الفكرية دورا هاما منذ  
سنة ١٩١٩ ، إذ أتمت الدولة صناعة السينما ، وجعلت الاشراف  
عليها من اختصاص قوميسر الشعب للمعارف العمومية .  
وأنشأت أخيرا ، وزارة لشئون السينما ، وتشرف هذه  
الوزارة على انتاج الأفلام ، وتفرض رقابتها الشديدة على كل  
شئ . يتصل بصناعة السينما ، وهذه الوزارة هي التي تسلم  
« السيناريو » للمنتج ، كما أنها تربي المنتجين وسائر المشتغلين  
بالسينما ، وتغذيهم بالمبادئ الشيوعية ، وقد أنشأت لهذا  
الغرض معهدا للممثلين ، لتظهر العناية الحراء في صور  
أخاذه ، ومثيرة .

وبفضل هذه العناية الزائدة بالسينما ، كوسيلة دعابة ،  
لمعت في المدة من سنة ١٩٢٥ إلى سنة ١٩٣٠ أسماء بعض  
الممثلين ، وظهرت أفلام ، كتبها التخليد ، ولكن الصناعات  
الثقيلة ، قد استولت على اهتمام السوفيت ، إذ سخرُوا كل  
قوام وموارد في الانتاج الحربي ، ومع ذلك لم تغفل روسيا  
أهمية السينما ، ونشرها في سائر أرجاء البلاد ، وأقامت هذه  
الصناعة على أسس دراسة وفنية ، فوصلت بها إلى مستوى  
رفيع ، ويكفي أنها استطاعت أن تصنع أجهزة سينمائية تدار

من غير حاجة إلى الكهرباء . وفي كل قرية ، ولو كانت  
جبلية ، أو كانت في سيبيريا ، صالات لعرض الأفلام ، ولديهم  
السينما المتنقلة ، التي تغزو الأنحاء النائية ، ومجاهل الغابات ،  
وتزحف فوق الثلوج . وتعنى روسيا عناية خاصة بالسينما  
الاخبارية ، فتطبع الجريدة ، وتوزع في الحال ، بمختلف  
أنحاء الاتحاد السوفيتي ، وبذلك تغرس مباديء كارل ماركس ،  
المشرية باسمه الزخاف ، في قلوب الناس .

ووضعت روسيا بعد الحرب ، برنامج السنوات الخمس ،  
ومن بين ما تضمنه ، إنشاء ٤٧٠٠ دار جديدة للسينما ، وقد  
أُنشأت ، من قبل ، حتى سنة ١٩٤٠ ، ما يزيد على ٢٨٠٠٠ دار .  
وكانت موضوعات الأفلام تدور دائما حول ذلك الصراع  
بين الماضي والحاضر ، فتسفه الماضي وتشوّهه ، وتمجد الحاضر  
وتعنى بالمستقبل . ولما استقرت الأمور ، جنحت روسيا في  
أواخر أيام « ستالين » وبناء على تعليماته ، لابرار مجد القيصرية ،  
وعرها القديم ، لأن روسيا تأتي إلا أن تكون مستعمرة ،  
وتحلم بوحايا بطرس الأكبر !!

والروس ، قد سبقوا غيرهم في الاستفادة من الاذاعة  
اللاسلكية ، واستغلّوها ، على أوسع نطاق ، وتلك إحدى  
وحايا لينين ، وتشرف على الاذاعة قومية المواصلات  
البريدية ، والتلغرافية والتليفونية ، وهي التي تملك وتدبر  
محطات الارسل ، بمعرفة لجنة الاذاعة ، التابعة لمجلس قومي

الشعب ، وهذه اللجنة تتمتع بسلطات كبيرة ، وتعمل بإرشاد الحزب السوفيتي ، وتعاونها مائة وثلاثون لجنة إقليمية. ولدى الاتحاد السوفيتي ثمانون محطة إرسال ، شديدة القوة ، وهذه هي محطات موسكو الرئيسية ، وهناك عدة محطات إقليمية صغيرة ، يبلغ عددها سبعة آلاف .

وفي أول عهدهم بالاذاعة ، كانت أجهزة الاستقبال قليلة العدد . ولكنهم وضعوا نظاما يمكن للشعب جميعه من الاستماع للاذاعة ، وذلك بتزويد المصانع بالأجهزة ، ووضع مكبرات الصوت في كل مكان ، بما في ذلك الطرق والميادين ، وبإذاعة الاذاعة هي الأخبار الرسمية ، وخطب وتعليقات سياسية ، ومحاضرات شيوعية ، وأوامر الحزب الشيوعي ، ويذاع هذا كله بثمانين لغة ، ولا يذكرون السياسة والأنباء الخارجية إلا بقدر محدود .

\* \* \*

### دعاية إيطاليا الفاشية

لم يكن سهلا علي موسوليني أن يحاكي لينين ، ويقضي علي حريه الفكر ، كما حدث في روسيا السوفيتية . وقد وصل موسوليني إلى رئاسة الوزارة ، بطريقة شرعية ، ولم يتجاسر علي تغيير نظام الدولة فور وصوله ، وقد كانت الصحافة

الايطالية ممتعة ، وقتئذ ، بحرية فضفاضة ، لا تتمتع بها زميلاتها في بلد أوروبي آخر ، ومع ذلك كانت صحف إيطاليا متخلفة عن غيرها .

وبعد أن استقر موسوليني ، وسلخ في الحكم ثلاث سنوات ، بدأ يتحكم في صاحبة الجلالة ، محاولاً أن يخضعها لنفوذه ، وجرد ، لمدة عامين كاملين ، حملة تأديبية ، ضد صحف الشيوعيين وسائر الصحف المعادية له ، واستخدم ذوى القمصان السوداء ، في مناهضة تلك الصحف ، ومنع صدورها أو توزيعها ، فهاجوا دور الصحف ، وحطموا بعضها ، واستولوا على أبنيتها ومطابعها ، وكذلك استعملت الرشوة في تكيم أفواه بعض الصحف ، ولكن ظلت بعض الصحف متشبثة بحريتها واستقلالها ، وعاشت بجانب الصحف الفاشية ، والشبه فاشية ، وفي سنة ١٩٢٤ ، واجهت الصحافة الإيطالية نقطة تحول هامة ، إذ صدرت مراسيم مفيدة لها ، وأضيفت هذه المراسيم إلى أعمال العنف ، والقتل والتخريب التي كان يلجأ إليها أصحاب القمصان السوداء ، وذلك لكي تدل الصحف من غير استثناء . وفي سبيل احتكار الصحافة ، صدر قانون ٣١ ديسمبر سنة ١٩٢٥ ، وأجاز للدولة أن تسحب رخصة أية صحيفة ، وذلك بغير معقب عليها ، ولا راد لأمرها ، وتأسست نقابة صحفيين ، شبه حكومية ، وفي سنتي ١٩٢٦ — ١٩٢٧ ، كان المجلس الفاشستي الأعلى ، قد اتخذ



قرارات بمصادرة جميع المطبوعات الغير موالية للنظام الفاشستي،  
وجعيين مديري الصحف من لاسي القمصان السوداء .

وفي ١٠ أكتوبر سنة ١٩٢٦ ، أدلى موسوليني بتصريح  
في اجتماع حضره سبعون من رؤساء تحرير الصحف ومديريها ،  
وقال فيه إن الصحافة هي أداة النظام الفاشستي ، ويجب أن  
تخضع له خضوعا تاما ، وهي لا تملك أن تشذ عن وحدة الأمة ،  
فالصحافة الايطالية كلها فاشية ، ولم تعد الصحافة في إيطاليا ،  
كما هي في غيرها من البلاد ، حرفة ، أو وسيلة لكسب  
المعيش ، بل هي رسالة خطيرة ، فالصحافة مدرسة للأجيال ،  
وهي اللسان المتقل بين الجماهير ، لسان يحمل للناس مشعل  
الفكر والعرفان .

ومنذ ذلك التاريخ ، أضحت الصحافة الايطالية احتكارا  
للفاشية ، وخضعت لوصاية موسوليني ، مدة خمسة عشر عاما ،  
وهيمن عليها بوساطة وزارة التربية الشعبية ، وهذه الوزارة ،  
كانت تصدر أوامرها اليومية إلى مديري الصحف ، لتبلغها  
التوجيهات ، والموضوعات التي تعالجها ، وصدر قانون بتأميم  
وكالة « استيفاني » للأنباء ، وحرم على الصحافة نشر الأنباء  
إلا إذا استقتها من المصادر الرسمية ، وصارت الصحف  
الايطالية عملة للقارئ ، كغيرها من صحف بلاد الحكم  
المطلق .

وسلط الحزب الفاشستي جيروته على وسائل الدعاية

الأخرى، فأسس في سنة ١٩٢٧ Libreria del Littorio وهي مركز ثقافي ، كانت تصدر عنه جميع المؤلفات ، التي يسمح بعرضها في المكتبات أو تصديرها إلى الخارج. وكانت هذه الإدارة تابعة مباشرة للحزب الفاشستي ، وقد نشرت مؤلفات موسوليني ، وسائر المؤلفات التي وضعت لشرح نظرية الحزب الفاشستي . وهذا لم يمنع من اعتبار طباعة الكتب عملا خاصا يخضع للرقابة والمراجعة من لدن الهيئة المذكورة .

وعنى الحزب الفاشستي بنشر المكتبات ، وإشاعة المطالعة الشعبية ، وعاونته السلطات الجامعية ، في هذا العمل ، فأنشئت أكشاك الكتب المتنقلة ، وتلك التي كانت تجرها عربات وتطوف بها في القرى ، كما جهزت السفن بالمكتبات ، لتغزو الدعاية الفاشية جميع المسافرين عليها ، أجنب كانوا أم إيطاليين .

وكذلك كان الاهتمام بالتعليم ، ولكن الحكومة الفاشية لم تؤم صناعة السينما ، واكتفت بتقديم المساعدات المالية ، وبالتوجيه . وفي سنة ١٩٢٤ أنشئ معهد وطني للسينما اسمه « لوشى » وكان أشبه باتحاد يشرف عليه موسوليني بنفسه ويعنى بالدعاية الرسمية بطريق السينما فينشر الأفلام الثقافية والتربوية والعلمية والدعاية الاجتماعية والوطنية والأخبار والأفلام القصيرة وكانت هناك مراقبة للسينما تابعة لوزارة التربية الشعبية وكانت الحكومة تعطى إعانات وسلف

للمنتجين الذين يخدمون الفكرة الفاشية . وأخيراً صدر قانون في ٣١ يونيو سنة ١٩٣٥ فرض رقابة الدولة على السينما ، وكل بقانون صدر في ٩ مايو سنة ١٩٣٩ ، جعل الدولة تحتكر الأفلام وتصديرها وتوزيعها في إيطاليا ومستعمراتها كما تحتكر الأفلام الأجنبية وتراجمها .

واحتكرت الدولة الاذاعة وخصصت ٢٥٪ من برامجها للأخبار والخطب والتعليقات والحوار السياسي من كل نوع وكانت الحكومة تخصص ساعتين في البرنامج اليومي لنفسها ، وكانت المحطات ضعيفة نسبياً إلا أن الحكومة الإيطالية قبل قيام الحرب العالمية الثانية استطاعت أن تبني محطات قوية بالقرب من روما . وكانت جميع خطب موسوليني تذاع عدة مرات وكانوا يمنعون الاستماع للاداعات الخارجية الأجنبية وتوقع الغرامات ضد المخالفين ، وكذلك استعمل الراديو ، في الاذاعة الخارجية بمختلف اللغات ، على نطاق واسع .



### الرعاية في ألمانيا النازية

كان «جود فريد فيدر» رئيس حزب العمال الألماني الذي حوله هتلر فيما بعد إلى الحزب الاشتراكي الوطني ، قد وضع في سنة ١٩١٩ نظاماً للدعاية من شأنه عدم السماح بمزاولة مهنة

الصحافة في ألمانيا إلا لأبنائها الصميمين، فلا يشتغل بالصحافة إلا ألماني أصيل، وعلى الصحافة أن تكون في خدمة الشعب الألماني وحده .

ولما عين هتلر مستشارا للرايخ، في ٣٠ يناير سنة ١٩٣٣، صدر دكرتيو في ٤ فبراير سنة ١٩٣٣، يخول البوليس سلطة مصادرة وتدمير أى مطبوع، يرى أنه يعرض النظام العام لأى خطر، وتنفيذا لهذا القانون ألقت ألمانيا النازية في شهر واحد رخص إحدى وسبعين صحيفة اشتراكية، وستين صحيفة شيوعية . وفي ثلاث سنوات أبادوا سبعة آلاف مطبوع، وقص عدد الصحفيين بنسبة ٧٥٪ . وهؤلاء أرسلوا إلى المعتقلات، ولما كان النظام النازي قد استباح استخدام القوة إلى أبعد الحدود، ورحبت ألمانيا بذلك أيما ترحيب، كانت التربة مهيأة لجعل الصحافة تابعة للدولة .

وفي ١٣ مارس سنة ١٩٣٣، أنشئت وزارة الدعاية، وفي ١٦ مارس سنة ١٩٣٣ عين جوبلز وزيرا لها، وألقى خطابا مشهورا قال فيه :

« إن رسالة الصحافة، هي معاونة الحكومة، فليس للصحافة أن تنتقد أعمال الحكومة، وليس للصحافة أن تعث بإيمان الشعب الألماني بحكومته . وعلى الصحافة أن تعلم الجماهير، وأن تتعاون مع سلطات الدولة، بحيث تكون أشبه باليانو، والدولة هي التي تعترف عليه . »

وطبقت ألمانيا هذه السياسة بسرعة نادرة ، وأنشأت الحكومة في نفس السنة ، غرفة الصحافة التي تضافرت مع اتحاد صحافة الرايخ الألماني ، في تنظيم تعاون الصحافة مع الدولة ، وتضامن المشتغلين بهذه المهنة ، ووضعت الصحافة كلها في إطار النازية . وصدر قانون للصحافة في ١٤ أكتوبر سنة ١٩٣٣ يحدد مهام الصحفيين وواجباتهم ، وشروط اشتغالهم بمهنتهم ونظام المهنة التأديبي ، وبهذا المشروع أضحت الصحافة وظيفة عامة ، ومرقعا تاما ، تشرف عليه وزارة الدعاية ، وهذه الوزارة ، هي التي تغذي الصحف بالمعلومات ، والتوجيهات وتقتضيها التعاليم على مجريات الأمور ، على النحو الذي تريده .

وكذلك ألقت النازية قبضتها على السينما . وبمجرد وصول هتلر إلى الحكم امتلك الحزب النازي دور صناعة السينما الكبرى ، وكانت أربعة ، وأخضع لسيطرته التامة صناعة الأفلام بنسبة ٨٠ ٪ ، وعنى بتنظيم هذه الصناعة ، فأنشأ غرفة للأفلام ، وجعلها منظمة حكومية تضم كل المشتغلين بالانتاج والتوزيع ، وكل من تربطهم علاقة بالسينما ، وقد جندوا مواهبهم في خدمة الدولة ، وأنشئ بنك لتمويل صناعة السينما ، ومدها بالاعانات أو السلف . وصدر قانون في ١٦ فبراير سنة ١٩٣٤ لوقاية الفيلم والانتاج السينمائي من التيارات المضادة . واستعملت السينما في الترويج للنظريات

النازية ، وكانت الفرقة المشار إليها تباشر الانحياز بنفسها ، أو بواسطة المكتب الثقافي التابع لها وذلك لاعطاء الشعب الألماني معلومات من ينبوع واحد ، والتأثير على عواطفه بمؤثر واحد ، وعينت السينما أكبر عناية بابرار عظيمة ألمانيا ومجدها وجمالها ، والتدليل على تفوق الدم الآري على غيره ، وعينت السينما أيضا بالأخبار ، فكانت الجريدة تنشر حوادث الأسبوع ، وتوزع على دور السينما بنظام محكم ، واستخدمت الأفلام الكبيرة في الدعاية النازية المثيرة .

وفي أول عهد هذه الدعاية ، أخرجت أفلام تشيد بالنازية ، وتخلد ضحايا الحزب النازي ، ولكن الدعاية فيها كانت فاقعة ، فاستقبلها الناس بشيء من الفتور ، وكانت ورارة الدعاية من اليقظة بحيث بادرت بالتغلب على هذا الفتور ، وراحت توجه المشتغلين بالسينما إلى إخراج أفلام فنية ، رائعة ، يشترك فيها كبار الممثلين ، بشرط ألا تكون الدعاية مكشوفة .

وعلى الرغم من هذه الجهود الجبارة لم تؤد السينما رسالتها النازية على النحو الذي أدته وسائل الدعاية الأخرى .

واستعانت النازية بالراديو ، فبعد وصول هتلر إلى الحكم ، أم الراديو الألماني ، وزج برجال الاذاعة السابقين في غياهب السجون ، وعين « أوجين هادموفسكي » ، مديرا للاذاعة اللاسلطوية ، وكانوا يلقبونه بفوهرر الاذاعة . وقد وضعت

الاذاعة تحت رقابة الحزب النازي مباشرة ، وكان يراقب اتحاد المؤلفين ، وكذا الاستماع للاذاعة في المدارس ، وفي الأمكنة العامة .

واتخذت إجراءات مشددة لضمان نجاح الاذاعة ، فأصبح الاستماع للراديو النازي واجبا وطنيا ، يستتبع الاخلال به توقيع أفسى العقوبات ، بما فيها الأشغال الشاقة المؤبدة في المعتقلات ، وركبت أجهزة الاستقبال ، في دار كل مواطن ، وهذه الأجهزة كانت تصنع بالجملة ، وتباع بأثمان زهيدة جدا ، وتقرر اعتبارها من الأموال التي لا يجوز الحجز عليها ، وأُعفيت من الضريبة . وأنشأت ألمانيا النازية محطات إذاعة قوية جدا ، وبها استطاع الحزب النازي أن يثذي التفكير الألماني بمبادئه ، ووصلت دعايته إلى الألمان المنتشرين في سائر أنحاء المعمورة .

وكانت لهذه الدعاية أهداف واضحة ، ففي الداخل أرادت الاذاعة اللاسلكية أن تحقق الوحدة الروحية بين مختلف عناصر الشعب الألماني ، وأن تمكن للنازية من القلوب ، والأفهام ، ونجحت في خلق جو ملائم لمختلف ألوان الدعاية وأساليبها ، وقد خصصوا جانبا كبيرا من برامج الاذاعة للموسيقى العسكرية وموسيقى « فاجر » والناشيد الحماسية ، ولاذاعة مقطوعات من الأدب الألماني الرفيع . وكانت الاذاعة دائما وباستمرار تذكر أبناء ألمانيا بأنهم انحدروا من

أقوى وأطيب أرومة ، وأنهم شعب قوى عريق ، أعدته  
العناية لقيادة غيره من الشعوب ، وعلى الألماني أن يتخلق  
بكل الصفات الجديرة بهذه الرسالة . وكذلك كانت الاذاعة  
النازية تعني بنشر المحاضرات السياسية التي تخلق بها صلة روحية  
بين الشعب وحكومته ، وكانت خطب زعماء الحزب النازي  
تدور حول هذا المعنى .

وأما بالنسبة للخارج ، فكان عمل الاذاعة على جانب  
كبير من الأهمية ، فخصصت برامج للألمان المقيمين خارج  
بلادهم ، ولجميع أولئك الذين ينتسبون إلى الجنس الآري ،  
وتلك البرامج كانت تستثيرهم للكفاح في سبيل ألمانيا وعظمتها ،  
وتوجههم وتطلب منهم أن يكونوا جنود الرايخ الكبير .  
وكان الراديو الألماني أداة الاتصال بين هؤلاء الألمان ،  
وبين وطنهم ، وكذلك كانت موجات الاذاعة الألمانية  
سفارات للشعب الألماني ، لدى مختلف شعوب الأرض ،  
فينشر المبادئ والآراء ، التي تلائم سياسة الرايخ ، وتهيب  
الأذنان للهجمات السياسية والمسكرية التي شنتها ألمانيا على  
بعض البلاد ، وقام الراديو الألماني بحرب سيكولوجية  
جبارة ، واستثار فيها الأقليات الموالية للنازية ، فاستطاع  
أن يحتاج النمسا وتشيكوسلوفاكيا وغيرها .



احتكرت الدولة ، في بلاد الحكم المطلق ، التي تقدم الكلام عنها ، جميع أدوات اتصال التفكير الانساني ، وفي مقدمتها الصحافة والسينما والاذاعة . ولم تكف بذلك ، فأرادت أن تهيم على الضمائر والأرواح هيمنة تامة .

في إيطاليا ، أنشأت الفاشية دار الأوبرا الوطنية المسماة *Opera Nazionale Dopolavoro* في سنة ١٩٢٥ ، وذلك لشغل أوقات فراغ الطبقة العاملة في تسليّة ثقافية ، تصرفهم عن اعتناق المبادئ المضادة للحكومة ، وتحجب إليهم النظام الفاشستي وكان هذا النظام أسلوبا من أساليب الدعاية السياسية أكثر منه وسيلة لرفع مستوى الثقافة ، وأريد به إبقاء وطنية الشعب الإيطالي وتقريب الطبقة العاملة من الطبقات الأخرى ، وإحياء مجد إيطاليا القديم ، وقد مثلت عدة مسرحيات وطافت الفرق التمثيلية بأنحاء البلاد ، وكانت تمثيلياتها متقنة الإخراج بحيث حققت نتائج لا بأس بها ، وكذلك نظمت رحلات ثقافية للعمال ليقفوا على إصلاحات النظام الجديد والثمار العاجلة التي استطاع أن يأتي بها . وهذا اللون من الثقيف كان واضح الأهداف ، وكان عميق الأثر . وقد رأى موسوليني أن يفرض رقابة فاشية على المدارس والجامعات بطريقة تدريجية ، فطبعت كتب مدرسية جديدة ، بمقتضى قرار صدر من مجلس الوزراء في فبراير سنة ١٩٢٨ ، وجاء فيه أن المراد بهذه الكتب الجديدة هو جعل الثقافة

المدرسية متمشية مع تاريخ إيطاليا وألمانيا السياسية والاقتصادية ، وقد جدد رجال التعليم تقريبا ، وصدر قانون إيطالي في سنة ١٩٢٥ حول الحكومة الحق في فصل أي موظف ، أيا كانت وظيفته ، إذا تبين أنه يردد آراء تخالف النظام الفاشي ، حتي ولو قام بذلك خارج أعمال وظيفته ، ومنذ سنة ١٩٣٠ أصبح محظورا على أي رجل أو امرأة الاشتغال بالتعليم إلا إذا كان عضوا في الحزب الفاشستي ، وحتى أساتذة الجامعات لبسوا القميص الأسود ، وفي المدة من سنة ١٩٢٧ إلى سنة ١٩٣٠ أنشئ الاتحاد الفاشستي لأساتذة الجامعات ، وجعلوا من بين أغراضه القضاء على كل معارضة للنظام الفاشستي ، وقد رفض بعض أساتذة الجامعات الانضمام إلى الاتحاد المذكور ، فشدد عليهم التكريم بما فرضته الفاشية من رقابة أو وجهته إليهم من تهمة وإهانات جعلت الحياة بالنسبة لهم عبثا لا يطاق وفي أغسطس سنة ١٩٣١ صدر قانون يقضي على كل أستاذ جامعي بأن يقسم بين الطاعة والولاء للنظام الفاشستي ، وهكذا اختفت حرية التعليم ، وأضحت المدرسة أو الجامعة في خدمة الدولة .

وقد كتبت جريدة « تريونا » Tribuna مقالا في ٢ ديسمبر سنة ١٩٣٢ ذكرت فيه أن الأساتذة لا يستطيعون أن يعلموا كل ما يطيب لهم أن يعلموه ، وأنه في نظام لا يسمح للمستجيبين في ميادين الاقتصاد ، بأن يشتغلوا ، حسب هواهم

ومن غير ضابط ، يكون من العبث البين أن نطلق الحرية في التعليم وهو أكثر اتصالاً بالنظام العام . وقالت الصحيفة المذكورة أن الوقت قد حان للتخلص من الفردية العلمية الأكاديمية التي كانت في الماضي مبعث غرور الأساتذة ، أكثر مما كانت في خدمة العلم .

وفيما عدا المدرسة ، امتد نشاط الدولة ، وهي بصدد نشر الثقافة الفاشية فأنشأت منظمة لتربية الشبيبة في سنة ١٩٢٦ ، لتقوم هذه المنظمة بتكوين العقائد والضمائر وتربية الروح تربية فاشية وإعداد جيل جديد ممن ترتوى قلوبهم بالمبادئ الجديدة . وهذه المنظمة التامت الشباب الفاشستي وتعدت أسماء إيطاليا فيما بين السادسة والثامنة ، كما تعدت في شعبة أخرى الفتيان فيما بين الثامنة والرابعة عشر ، كما أعدت شعبة ثالثة للناشئين بين الثامنة عشر والحادية والعشرين ، وحينما يتخرجون منها يتسلمهم الحزب الفاشستي كأعضاء في شعبه المختلفة ، وهذا التدرج بهينه يستخدم في تنشئة الفتيات ، وبلغ عدد أبناء هذه المنظمة الضخمة مجتمعين في سنة ١٩٣٦ خمسة ملايين من الأطفال والغالمان ، وهؤلاء كانوا يملأهم وطوايرهم ، يعيدون ذكرى الجيش الروماني القديم ، وتألفت منهم المليشيا ، بقيادة شبان من رجال الجيش الذين تخرجوا من الأكاديمية الفاشستية .

وكان الغرض الحقيقي من هذا التنظيم ، هو إعداد جنود

عسكري ، يستطيع أن يحقق أطامع إيطاليا الفاشستية السياسية ، وفي سبيل هذا الغرض ، عنت المنظمة بالتربية الرياضية والشبه عسكرية عناية كبيرة طبقا لبرنامج وضعه وتعهد بتنفيذه وزير الحرية ، وأطلق على هؤلاء اسم « البليلا » وزودوا بأسلحة خشبية للتدريب ، وكانوا يعلمونهم التاريخ على الطريقة الفاشستية ، ويشرحون لهم نظام الحكم السياسي ، وكيف يتحكمون دولاب الحكومة الفاشستية ، ويلهبون في صدورهم حب الوطن ، وينشئونهم على الطاعة العمياء للرؤساء ، وكانت كلمة الدوتشي التي تدق صماخ آذانهم صباح مساء هي « آمنوا ، وأطيعوا ، وقاتلوا ، واعلموا أن موسوليني مصيب دائما » .

ومنذ شهر مارس سنة ١٩٣٥ افتتحوا برامج دراسية سياسية ، في سائر فروع الحرب في الأقاليم ، وكان كل فصل يتألف من مائة طالب ، تتراوح أعمارهم بين الثالثة والعشرين والثامنة والعشرين وكانوا يختارونهم من بين الذين أثبتوا أنهم آمنوا بالفاشية أشد الإيمان ، كما أنهم كانوا قد أسسوا في سنة ١٩٢٠ « المعهد الوطني للتربية الفاشستية » ودعم هذا المعهد في سنة ١٩٣٩ ، وكانت مهمته تنقيف الشباب الإيطالي بثقافة فاشستية عالية وعميقة لتخريج معلمين ، يتولون تربية الجيل الذي يليهم .

ولم يكن موسوليني مبتكرا في كل هذا ، فقد سبقه لينين ،

وكان من رأى لينين أن الثقافة والتربية الأدبية والفنية والعلمية أسلحة لا يستغنى عنها في سبيل فصرة البلوريتاريا . ولكن في بداية الحكم الشيوعي تركت قوميسيرية المعارف العمومية للمدارس حرية نسبية ، ثم ما لبثت أن قضت على هذه الحرية وأنشأت معهد لينين ، ليكون أكاديمية بلشفية ، ووضعوا برنامج خمس سنوات، من سنة ١٩٢٧ إلى سنة ١٩٣٢ لبلشفة التعليم ، وحاولوا بنشر مؤلفات «مكسيم جوركي» أن يلائموا بين الحكم الشيوعي ، وبين العقل المستنير ، فأنشأوا اتحادا سموه «اتحاد الكتاب السوفيت» وهذا الاتحاد احتكر الأدب الروسي ، وكذلك حلت الأكاديمية الشيوعية ، محل أكاديمية العلوم ، وقامت روسيا بحملة تطهير شديدة في الأكاديميات والجامعات والتعليم بوجه عام في سنة ١٩٣٤ ، وفي السنوات التي تلت الحرب العالمية الثانية عقدت المحاكمة التي قضت بالموث على كثيرين من رجال التعليم الذين وجهت إليهم تهمة التآمر على الشيوعية ، وطعنوا من الخلف أثناء الحرب ، ولم يترددوا في التضحية بأناس كانوا يسدون من بناء المهد السوفيتي .

وفيا عدا التربية والتعليم ، حرصت الشيوعية على طبع كل شيء بطابعها ، ففي أول عهد لها ، كانت عربات الترام في موسكو ، تحمل اللافتات التي نقشوا عليها كلمات الشيوعية ورموزها وصورها ، وجندت روسيا جميع الفنانين في خدمة الشيوعية والترويج لها ، فاشتغل الرسامون والنحاتون وغيرهم

في هذا الميدان ، وأقل تردد من جانب الفنان ، في أداء ما يطلب منه على أحسن وجه ، كانت عقوبته الاعدام . وقد ضاعفوا عدد المتاحف والمعارض التي انتشرت في الاتحاد السوفيتي ، ليخلدوا فيها أيام الثورة والرجال الذين حملوا رايتها ، ونظموا رحلات لزيارة المتاحف والمعارض وهذه الرحلات كانت للتلاميذ وللعمال ولرجال الجيش ، وكانت دروسا تلقى عليهم في الأماكن التي يفشونها .

ونجح المسرح السوفيتي نجاحا ملحوظا ، بسبب طبيعة الشعب الروسي وحبه للمسرح عموما ، وقد أنشأوا عددا كبيرا من دور التمثيل في المدن والقرى وأعدوا مسارح متنقلة ، وكانت بعض المسرحيات قاطعا من الفن الروسي الكلاسيكي من وضع « جوجول » و « اوستروفسكي » و « جوركي » و « تشيكوف » ، والبعض الآخر مؤلفات أجنبية حوروها دون مراعاة للنص الأصلي ، حتى جعلوها ملائمة للفكرة الشيوعية ومنها قطع لشكسبير وأخرى لموليير . وقد ابتكرت روسيا السوفيتية « المسرح العائم » الذي أسسته اللجنة التنفيذية بموسكو ليطوف بأرجاء الاتحاد السوفيتي من الشمال إلى الجنوب ، وكانت تلك الفرق التمثيلية تسافر بطريق الملاحة النهرية ، وتقف الباخرة في بعض المحطات حيث تمثل رواياتها التي يشاهدها عدد كبير من الفلاحين أو العمال ، وقبل كل تمثيلية كانت تلقى محاضرة

تدعو للحكومة أو للمبادئ الثورية ، ثم تخلق التمثيل دعابات فيها سخرية لاذعة بأعداء النظام السوفييتي ، وقبل أن تبرح الفرقة مكانها توزع على النظارة عددا من المطبوعات ، وكان الجمهور يستكتب الممثلين توقيعاتهم التذكارية على تلك المطبوعات .

وفي الدعاية المدرسية لم يصكف القائمون بها بالتبشير بالنظرية الماركسية ، بل كانوا يعلمون النشء دراسات عميقة مشربة بهذه النظرية ويلاحظون في هذه الدراسات بين الجانبين العلمي والعمل ، وكان المدرسون والأساتذة أعضاء في الحزب الشيوعي ولكنهم كانوا يتمتعون بثقافة واسعة ومادة غزيرة جدا ولم تكن دروسهم ألوانا من التهرج ، وهذا مما أضفى على دعايتهم لونا علميا وجعلها مقبولة في بيئاتهم العلمية .

وتقوم السياسة التعليمية في روسيا على أساس النظرية الماركسية القائلة إن المدرسة لا تخرج فقط رجلا مثقفا وعالما بل إن هذا المثقف المستنير يجب أن يكون رجلا فنيا قادرا على التطبيقات العملية ، وما دام أن الهدف النهائي للشيوعية ، فيما ندعيه ، هو إسعاد البشرية جمعاء ، فإن غرضها المباشر هو مضاعفة الإنتاج وعلى ذلك يجب على الطالب أن يعرف مصيره وهو في مرحلة الدرس ، وأن يؤمن بأنه سيشتغل للجموع ،

والمدرسة السوفيتية هي مدرسة العمل ، وفيها يلتقي العمل  
اليدوي بالنظريات العلمية ، فالعلم يكمل المصنع أو الحقل .

ويبدأ هذا التوجيه ، من أول مراحل التعليم ، أي من  
رياض الأطفال ، حيث يعلمون الأطفال حكم ونظريات القادة  
السوفيت ويعلمونهم التاريخ بأسلوب يكشف بجلاء عن الصراع  
الأبدى بين طبقات المجتمع ، ثم يدرسون لهم تاريخ الثورات  
بدء بالثورة الفرنسية في سنة ١٧٨٩ ، والثورة الروسية  
ضد حكم القيصر ، وتاريخ لينين وما قام به في الانقلاب  
الشيوعي ومنذ سنة ١٩٣٩ غيروا الكتب المدرسية وأضافوا  
إلى دروس التاريخ بأمر من ستالين فصولا ، تخلص بطرس  
الأكبر والقيصرة العظام ، وذلك بقصد توجيه الناشئة نحو  
سياسة روسية استعمارية تطلب ملكا عريضا وإمبراطورية  
كبيرة .

وكما انتقل التلميذ إلى مرحلة أعلى ، كلما زادت حميلته  
من تلك المعلومات ، ثم إنه يكملها بما يلقاه خارج المدرسة  
في الأندية وفي غيرها إلى أن يصل إلى سن معينة ويصير  
عضوا في الحزب الشيوعي . وقد أنشأوا منظمة اسمها  
« الكوموسول » وهذه كانت تضم الشبيبة ، وتستخدم  
في التأثير على الرأي العام ، وفي تدبير المظاهرات المؤيدة  
للحكومة ، وفي مكافحة الأمية .



ووضعت روسيا السوفيتية مادة ممتنها « الأجرومية السياسية » وهي دروس في المثالية الشيوعية يعلمونها في المدارس ، وفي الصالات وفي الطرق العامة لتركيز مبادئ لينين في الصدور ومن بين دروس هذه المادة تاريخ الحزب الشيوعي ورسالة روسيا الحمراء ويكملون هذه الدراسة بدروس عالية نظرية وعملية لتكوين وتربية الدعاة ورؤساء وقادة الشيوعية وهذه الدراسة العالية تلي في الجامعات والأكاديميات ويتخصص فيها الصفوة الممتازة من الناشئين .

وإذا كان النظام السوفيتي في تسلطه على التعليم ، قد تردد في أول أمره ، وإذا كانت إيطاليا الفاشستية قد تركت قدرا ضئيلا من حرية التعليم في بعض الأحيان ، فإن ألمانيا النازية قد طبقت سياسة كاسحة ، لا تعرف تردداً ولا تقبل حلولاً نصفية ، فالشعب لم يكن يفكر قط ، أو يتدبر فيما يفكر فيه ، إلا بوحى من زعيمه ، وفي نطاق ما يرضى الزعيم . ومن أجل ذلك استطاعت النازية في مهولة ويسر أن تستبعد من برامج التعليم ، الثقافة القديمة وأن تحمل محلها ثقافة مشربة بالمثالية النازية ، وأن تربي الفكر وتوجهه بهدى هذه النازية .

أما عن استبعاد الثقافة القديمة ، فذلك خطوة اتخذها الحزب النازي حال وصوله إلى الحكم دون أن يلقى معارضة أو مقاومة ذلك أنه أقصى معارضيه كما أقصى اليهود عن جميع المؤسسات الثقافية وألقى القبض عليهم وأرسلهم إلى المعتقلات ، وصادر

وقضى بالاعدام على جميع المؤلفات التي لا تلائم النظام الجديد وتلك التي لا توافق مزاج الشعب الألماني ، وفي يوم ١٠ مايو سنة ١٩٣٣ ، وضعوا في ميدان الأوبرا ببرلين وهو الميدان المواجه للجامعة ، أكثر من خمسة وعشرين ألف كتاب ، قيل عنها أنها مؤلفات الماركسية واليهود ومؤلفات دعاة التردد والمهزيمة ، وأوقدوا النيران في هذا العدد الضخم من الكتب ، وفي نفس الوقت نفذ هذا الفعل في الميادين الرئيسية بسائر مدن ألمانيا وكان الشعب يرقص طربا لهذه الحرائق المشهورة واستطاعت النازية أن تطهر المكتبة الألمانية تطهيراً تاماً . وحلت محل هذه الكتب مؤلفات جديدة ورسائل علمية تتمشى مع سياسة العهد الجديد . ونحنا الأدب الألماني ، منحى عالميا ، إذ حاول حملة الأقلام أن يلقوا في روع الانسانية جمعا أن ألمانيا هي مصدر الحكمة والفلسفة والانتاج العلمي ، وأن العناية الالهية قد هيئتها لتقود ركب الحضارة ، واستخدموا الفن في إبراز تفوق الجنس الآري على غيره ، وعلى كل ظهر من جديد يمجّد القوة ، ويبشر بالمذهب السياسي الذي جاءت به النازية ويترجم مثلها الأعلى في صور وتماثيل ناطقة ، والدولة باعتبارها المشرق الأعلى على الفنانين ، قد أقصت من حظيرة الفن اليهود وغيرهم من العناصر الذين لا تجرى في عروقهم دماء ألمانية قوية .

وكان أدولف هتلر ممن يعشقون فن العبارة بوجه خاص ،

وقد حرص على إيجاد فن معارى ، يعبر عن عظمة ألمانيا ،  
وتجلى ذلك فى المنشآت الجديدة التى شيدت ومنها الاستاد  
الأولمبى فى برلين ، والبيت الرمادى فى ميونيخ ، ونحتوا  
تماثيل النسر الهائلة ، وعلقوها على واجهات الأبنية  
الحكومية ، ومنشآت الحرب النازى . وتبارى المصورون ،  
فى إبراز المعانى التى تدعوا إليها النازية كتصوير الأسرة  
الألمانية المثالية وهى تلك الأسرة التى لا ينبغي أن يقل عدد  
أطفالها عن أربعة ، وقد كان هتلر من الداعين والعاملين  
لزيادة النسل . واشتغلت الموسيقى بالفكره الألمانية الجديدة ،  
ووضعت مقطوعات معبرة عن بطولة الرجل الألمانى ،  
وشاعت موسيقى « فاجر » ، وكانت الأناشيد العسكرية  
تتردد صباح مساء فى الطرق ومن أجهزة الاذاعة ، وكان  
الشعب كله يغرد تلك الأناشيد ، ويستعذب القطع الموسيقية  
التي تذكره بعظمة ألمانيا ، بل كانت الموسيقى النازية تطرق  
الأذان لتصل إلى أعماق القلوب وتستقر فيها ، فتجيش هذه  
القلوب بما ترجوه النازية من شعب ألمانيا . وقام المسرح  
بنصيبه فى مضمار الدعاية ، على خير الوجوه ، وكانت هناك  
مسارح متنقلة ، تمثل فى الهواء الطلق ، وتنسج لأكبر عدد  
ممكن من الناس .

وعنيت النازية بتربية الناشئين على مبادئها ، وتهيتهم  
لتوحيد ألمانيا وبناء الوطن الألمانى الكبير ، وما هو جدير

بالذكر أن أولئك الناشئين ، كانوا قبل وصول هتلر إلى الحكم ، قد ضاقوا ذرعاً بديموقراطية فيمار ، وكانوا يتطلعون إلى زعيم يتمشقونه ، ويضحون في سبيل مبادئ جديدة ينادى بها ، ولذلك تعصب هؤلاء لهتلر وحزبه ، إلى حد ليس له مثيل في تاريخ أى شعب أوروبى ، وحاول هتلر أن يصنع من هذه العجينة السهلة جيشاً ألمانيا جباراً يغزوا به العالم كله ، وهذا الجيش كان يمتاز بالطاعة العمياء لشخص الزعيم ، ومن المبادئ التى نادى بها النازية ، أن الدولة هى التى تربي الطفل ، والدولة لا تسمح للديانات أو المبادئ الأخرى بمنافستها فى ذلك وقد نيظت تربية الجيل الجديد بوزارة « العلوم والمعارف الوطنية » ، وهى وزارة ألحقت بوزارة الدعاية ، واحتكرت مصرف التعليم . وأنشأت مدارس شعبية ألمانية يلتحق بها الصغار فيما بين سن الثالثة والرابعة عشرة ، وفى هذه المدارس لم يعنوا بحشد رؤوس التلاميذ بالمعلومات بقدر ما عنوا بتربية الأجسام وتربية الخلق وتنشئة جنود ومواطنين صالحين ، فلم يعد العلم أكثر من وسيلة تخدم أغراض الدولة وأمانى الوطن ، حتى وإن خرج العلم عن مقتضيات الحياء ، والأبحاث العلمية ، أضحت مسخرة لتحقيق برامج الغزو الألمانى ، فدروس التاريخ ، وإن حرفت أو زودت ، أريد بها إذكاء نيران الوطنية فى الصدور ، ودروس علم النفس قد استخدمت فى شرح الأجناس

والقصائل البشرية للتدليل على امتياز العنصر الجرمانى ،  
وهكذا . وطبيعى أن يقوم بالتعليم رجال ، تأصلت العقيدة  
النازية فى قلوبهم ، ولذلك اشترط فى المعلمين أن يكونوا  
أعضاء فى الحزب الاشتراكى الوطنى ، وأعدت فصول  
خاصة لتخريج أساتذة نازيين ، وهؤلاء كانت تلى عليهم  
دروس خاصة يؤدون فيها امتحانات دقيقة وكانوا يربون  
فى الوقت نفسه تربية رياضية وعسكرية ويزودون بمختلف  
الأسلحة التى تمكنهم من أداء رسالتهم فى التعليم على النمط  
الجديد .

وفى مرحلة التعليم العالى كانت قبضة النازية أشد ما تكون  
وقد صدر قانون ينظم الشبيبة الهتلرية فى أول ديسمبر سنة  
١٩٣٦ ، ونص فيه على ما يأتى :

« يجب على شباب ألمانيا ، أن يلتحقوا خارج البيت  
والمدرسة بمنظمة الشبيبة الهتلرية التى تزودهم بالتربية الرياضية  
والعلمية والأخلاقية على مبادئ الاشتراكية الوطنية وتعدم  
خدمة الشعب والانخراط فى الكتلة الشعبية » .

وكان الالتحاق بهذه المنظمة إجباريا بالنسبة لجميع أبناء  
ألمانيا الذكور إلى سن العاشرة ، وبالنسبة لجميع الفتيات إلى  
سن الحادية والعشرين ، وفى سن العاشرة ينتقل الطفل الألمانى  
إلى منظمة الشبيبة الألمانية الشعبية ويقضى بها أربع سنوات ،  
ثم ينتقل إلى منظمة الشبيبة الهتلرية الدائمة من سن الرابعة عشرة

إلى سن الثامنة عشرة ، وفي هذه السن يلتحق بالجيش ، وأما الفتاة فانها في سن العاشرة كانت تلتحق برابطة الفتيات وتقضى بها أربع سنوات ثم تنتقل إلى رابطة أخرى وتقضى أربع سنوات . وفوق ذلك كانت على الشبان في سن الثامنة عشرة والفتيات في سن الحادية والعشرين قضاء ستة أشهر من السنة في معسكر العمل . وهكذا استطاعت ألمانيا النازية أن تربي أجسام وعقول أبنائها وأن تخرج شبابا صنعتهم في معملها ، وظهرت فائدة هذه التربية في تلك المقاومة التي تحلت بها في سنة ١٩٤٥ ، والتي سجلت في تاريخ البطولة والمقاومة الوطنية صفحات لا مثيل لها في تاريخ أى شعب من شعوب الأرض .

وأما التخصص في العلوم السياسية فكان مجاله التعليم العالي الذي أرسى على قواعد جديدة ، وصمم على نحو يكفل قيام الراجح الثالث الذي تخيله هتلر في كتابه « كفاحي » .



وهكذا استطاعت كل دولة من دول الحكم المطلق الثلاث التي تكلمنا عنها أن تحمك الدعاية وتسخرها في خدمة أغراضها السياسية وما كان في مقدور واحدة من تلك الدول أن تصل إلى ضالتها لولا التنظيم المحكم الدقيق وميكانيكا الدعاية المهيبة . وقد كان هناك تفاوت في الطبيعة القانونية لأنظمة

الدعاية في تلك البلاد ، ففي إيطاليا الفاشستية ، وفي ألمانيا النازية ، وفي روسيا البلشفية ، وكانت أجهزة الدعاية على نوعين ، نوع يديره الحزب ونوع آخر تديره الدولة ، وكان هناك تباين في علاقة كل نوع بالآخر . ففي إيطاليا ، كان نظام الحزب الفاشستي شيئا آخر غير الدولة ذلك لأن إيطاليا بقيت ملكية وراثية ، واحتكرت الدولة الدعاية فكانت هي التي توجه الفكر وتقاوم الدعاية المضادة ، وأما الحزب الوطني الفاشستي فلم تكن دعايته إلا شيئا ثانويا ولم تكن له أجهزة ذات شخصية متميزة عن أجهزة الدعاية الحكومية ، ومسألة تربية الشبيبة مثلا ، كانت تباشرها الحكومة لا الحزب الفاشستي وهذا بغض النظر عن كون الحكومة قد وجهت الدعاية لصالح الفاشية وعلى مبادئها .

وكان الأمر على عكس ذلك في ألمانيا النازية ، إذ كانت للحزب النازي شخصية متميزة عن شخصية الدولة ، فكانت الدولة والحزب قوتين تعملان جنبا إلى جنب ولكل منهما أجهزته في الدعاية ، وهذا لا يمنع من التقائهما في هدف واحد واشتراكهما في بعض الأجهزة والنظم والموظفين ، وإنما كانت تصدر دعايات عن الحكومة وأخرى عن الحزب طبقا للظروف والمناسبات .

وفي روسيا السوفيتية ، جعلوا الدولة تابعة للحزب ، بعكس النظام الايطالي ، والحزب هو الذي يحمل رسالة توحيد

الشعب تحت ظل مبادئ ستالين ، وأجهزة الدعاية هي أجهزة الحزب ولا توجد إدارة حكومية بحثة تقوم بالدعاية ، اللهم إلا الدعاية الخارجية التي تؤديها الدولة بواسطة هيئاتها التمثيلية تحت ستار الاستعلامات ، ومع ذلك فالحزب هو صاحب اليد العليا .

وبهنا أن نزيد هذه المسألة تفصيلا لنبين الفوارق ، بين الأنظمة التي ذكرناها .

في إيطاليا ، كانت الدعاية الفاشستية وظيفه رئيسية وعملا قانونيا مباشره إدارات الدولة ، فوزارة التربية الوطنية كانت تسهر على تربية النشء تربية مثالية على النحو الذي أراده موسوليني ، ثم ما لبثوا أن أنشأوا مرفق الدعاية هناك وابتدأ هذا المرفق بتركيز الدعاية في مكتب صحافة ، أنشئ سنة ١٩٣٤ وأشرف عليه بل كان رئيسه الأعلى هو رئيس الحكومة ، السنيور موسوليني ، ولم تنشئ إيطاليا هذا المكتب إلا على سبيل التقليد لألمانيا النازية التي أنشأت وزارة الدعاية ، وفي المدة من سنة ١٩٣٥ إلى سنة ١٩٣٧ حولوا مكتب الصحافة المذكور إلى وزارة « الثقافة الشعبية » وقد أسندت هذه الوزارة مدة طويلة للكونت « شيانو » ، زوج كريمة موسوليني ، وكانت هذه الوزارة مقسمة إلى سبع إدارات فنية ، وهي الإدارة العامة للصحافة الإيطالية ، والإدارة العامة للصحافة الأجنبية ، والإدارة العامة للدعاية ،



والادارة العامة للسينما ، والادارة العامة للمسرح ، والادارة العامة للسياحة ، والادارة العامة للراديو والتلفزيون ، وهذا التقسيم بعينه كان مقتبسا من ألمانيا النازية .

وإلى جانب هذا الجهاز الحكومي ألحقت به بعض منظمات خاصة ، أو شبه رسمية ، وهذه المنظمات قد أشير إليها في « ميثاق العمل » ، وقد نص برنامج الحزب الوطني الفاشستي الذي تأسس في سنة ١٩١٩ على واجباته ومن بينها أن يبين للشعب الإيطالي واجباته الجديدة ومسئوليته الجديدة ، على ضوء التطورات السياسية ، وصار هذا الحزب هو الحزب الواحد في إيطاليا في سنة ١٩٢٦ ، وصدر قانون في ٩ ديسمبر سنة ١٩٢٨ عين مهمته الرسمية وهي :

« التقريب بين الدولة وبين الشعب بحيث تتمزح الدولة بالشعب والعناية إلى أقصى حد بحياة الشعب الاقتصادية والروحية ، بحيث يكون الحزب واسطة الشعب وترجمانه الذي يعبر عن مشاعره وعن حاجاته » .

وكان الحزب يباشر مهمته بواسطة لجانه الفرعية ولجانه في الأقاليم وبواسطة مكاتبه الرئيسية للصحافة والدعاية وهي تلك المكاتب التي كان يشرف عليها سكرتير عام الحزب .

وتلك الدعاية الحربية ، كانت تتم باتفاق مع سلطات الدولة الرسمية وطبقا لتوجيهاتها ، بحيث تكون منسجمة مع سياسة الحكومة .

أما النظام الشيوعي فهو أكثر تعقيداً ، وليس من السهل على أي باحث أن يحيط به إحاطة حقيقية ، إذ أت روسيا السوفيتية تباشر دعايتها في طي الكتان ولا يعرف عن ميكانيكا هذه الدعاية إلا النذر اليسير . والذي أمكن معرفته هو أن الحزب الشيوعي يعتبر قانوناً صاحب اليد العليا على الدولة وهو الذي يهيمن على نشاطها هيمنة تامة ، وما الدولة بالنسبة للحزب إلا كواجهة البناء والسلطة العليا في النظام السوفيتي مركزه في المكتب السياسي للحزب ، هذا المكتب الذي يدير الحزب الشيوعي كما يدير مجلس الوزراء وما الوزراء إلا قادة الحزب الشيوعي ، وعلى ذلك فالحزب نفسه هو الذي يدير الدعاية السوفيتية .

وهذا التصميم من وضع لينين ، فهو الذي نادى قبل الثورة الروسية بوضع سنين بأن مهمة الحزب الرئيسية هي القبض على زمام السلطة ، وبعدئذ إرساء دعائم الدكتاتورية الشعبية على أسس بعيدة النور ، وقيام الصفوة الممتازة بتطبيق ما جاء في إنجيل كارل ماركس . وقد نص في المادة ٢٠ من دستور الحزب على أنه يقوم بتعبئة الكتل الشعبية في المصانع وفي غيرها وإثارة الشعب ، وأن الحزب هو الذي يدير الدعاية كلها ، فيضع خططها ويضدي جهازها بالوقود ويربي رجال الدعاية ويسلطهم على مختلف طبقات الشعب ، وينظم فرق وطواير المجاهدين الذين يلقي بهم في جبهات القتال

للكفاح في سبيل نصرة الدكتاتورية الشعبية وتلقيح المصنع والحقل بدم جديد . وأسست لجنة الحزب المركزية شعبتين لتربية الشعب وكل شعبة قسمت إلى عدة لجان ، وتلك الشعب واللجان هي التي تسيطر بها الاشراف على ما تستخدمه الدولة من أدوات ووسائل في الدعاية ، وبشتغل بتلك الادارات والشعب والفروع في الدعاية ما لا يقل عن مليون ونصف من الدعاة ، وتعمل فروع الدعاية المختلفة منفردة ولكنها جميعا تتصل مباشرة بالرئاسة العليا للحزب ، وكانت تتصل بستالين بالذات بأجهزة وشرابين دقيقة ، ولما كانت الرئاسة العليا هي المشرفة ، لم يبق محل لقيام وزارة للدعاية .

وتتغلغل أجهزة الدعاية في فروع نشاط الدولة ، تحت الاشراف المباشر للحزب ، وهناك إدارة عامة للآداب والنشر ، وهي من بين أقسام وزارة المعارف العمومية وهذه الادارة تشرف على الانتاج الأدبي كله كما أنها تقوم بالرقابة الوقائية على المطبوعات ابتداء من الصحف والمؤلفات إلى بطاقات الزيارة ، وعناوين الرسائل والخطابات ، ولهذه الادارة فروع في مختلف البلاد ، ولوزارة الداخلية مندوب في كل فرع من تلك الفروع ، كما أن لها مندوبا في كل مطبعة ، بحيث لا تخرج ورقة من المطبعة إلا وعليها توقيع مندوب وزارة الداخلية وتوقيعات أخرى متعددة .

وفي سنة ١٩٢٤ حلت وكالة ناس للأنباء وهي وكالة

رسمية محل وكالة « روستا » واحتكرت وكالة تاس الأنباء الداخلية والخارجية التي يسمح بنشرها في روسيا كما احتكرت الأنباء التي تخرج من روسيا لتنتشر خارجها ، وتخضع هذه الوكالة لرقابة مزدوجة من جانب وزارة الداخلية ومن جانب لجنة خاصة في إدارة الصحافة بقسم الدعاية التابع للجنة المركزية للحزب ، وهناك نشاط مكمل لعمل وكالة تاس ، وهو نشاط وكالة أخرى أنشئت أثناء الحرب العالمية الثانية وألحقت بمكتب الاستعلامات السوفيتي وهذه الوكالة تختص بالأنباء التي ترد من الخارج ، وتلك التي يسمح الاتحاد السوفيتي بنشرها في الخارج .

واستعانت الدعاية في الداخل بالخلايا العاملة ، التي زاد عددها على مائتي ألف خلية ، وهذه غزت صالات المحاضرات والمصرح والسينما ، وتعد ميكانيكا الدعاية السوفيتية ، من قبيل الأسرار .

ولكن أجهزة الدعاية النازية ، وكانت أكثر دقة وإحكاما ، تألفت من « غرفة الثقافة في الرايخ » والحزب الاشتراكي الوطني الألماني ، « ووزارة التريسة الشعبية والدعاية » . ومن الناحية القانونية ، كان الحزب ، على قدم المساواة مع الدولة ، وشخص الفوهرر هو عنوان الوحدة بين الحزب والدولة ، وبين الدولة والشعب ، ونفس الرجال الذين عينوا في مناصب الدولة الخاصة بالدعاية ، هم رؤساء

أقسام الدعاية في الحزب ، وكان الدكتور جوبلز رئيس هؤلاء جميعا ، فهو وزير الدعاية ، ومدير عام قسم الدعاية في الحزب النازي ، ورئيس غرفة الثقافة . ولذا أطلق عليه لقب « فوهرر الدعاية » ، وبهذه الطريقة نسق العمل بين عناصر الدعاية المختلفة .

وفي أول ديسمبر سنة ١٩٣٣ ، صدر قانون ألماني ، ينظم الروابط بين الدولة والحزب النازي ، ونص في هذا القانون على أن الدولة تتركز على شخص « الفوهرر » ، وأن الحزب هو الذي يكمل وحدة الأمة ، ووحدة الدولة الألمانية ، وهو الموجه الروحي للشعب الألماني . وعلى ذلك فالدعاية هي أخص ما يعني به .

وفي ١٣ مارس سنة ١٩٣٣ ، أي بعد وصول الحزب النازي إلى الحكم باثنين وأربعين يوما صدر أمر من رئيس الرايخ بإنشاء وزارة التربية الشعبية والدعاية ، وهي التي تولاهما الدكتور جوبلز ، وصرح جوبلز بأن تلك الوزارة ، لانتقيد بالمشاكل الإدارية ، لأنها وزارة للشعب ، وستقضى على البيروقراطية ، وفي ٣٠ يونيو سنة ١٩٣٣ ، صدر ديكريته بمن اختصاص الوزارة المذكورة ، وهو اختصاص واسع يتناول كل ما من شأنه ، تربية الأمة الألمانية ، كما يتناول الدعاية في الداخل ، وفي الخارج .

وكانت هذه الوزارة مقسمة إلى خمس عشرة إدارة ، منها

ثلاثة أقسام إدارية ، وهي : إدارة الميزانية ، والإدارة القانونية ، وإدارة المستخدمين ، والأقسام الفنية الآتية : —  
مصلحة الصحافة وتشمل : قسم الصحافة الألمانية ، وقسم الصحافة الأجنبية ، الإدارة الأجنبية ، وهذه كانت تشترك مع المكتب السياسي للحزب ، في أعمال الدعاية لألمانيا في الخارج ، وقسم أنشئ في سنة ١٩٣٤ ، واسمه « قسم الدفاع » ، وكان يقوم بدعاية مضادة لدعاية الأعداء ، وقسم السياحة ، وقسم الراديو ، وقسم الفيلم ، وأقسام للآداب والفنون والموسيقى ، وثمة قسم آخر يراقب جميع المهن العقلية والفنية ، من زاوية السياسة العنصرية .

وفيا عدا الأقسام المتقدمة ، كانت للوزارة المذكورة مكاتب أو مصالح أو اتحادات ، خارجها ، ولكنها كانت تابعة لها مباشرة .



### استراتيجية الرعاية التركاتورية

#### أولا — في إيطاليا الفاشستية :

لم تستخدم إيطاليا الفاشستية الأساليب الفنية ، في دعايتها ، إلا بقدر محدود . فكان غرض موسوليني الأهم من هذه

الدعاية ، هو حمل الشعب الايطالي على قبول حكمه  
 الدكتاتوري ، ولم تكن الفاشية ، على الرغم من مزاعم قادة  
 ذلك الحزب ديباً أو عقيدة سياسية ، بل كانت مجرد لافتة ،  
 تعبر عن نظام من أنظمة الحكم المطلق ، ولم تتصل قط بالقلوب ،  
 وكانت غاية في السطحية . وعلى ذلك كان عمل الدعاية ، هو  
 التقريب بين الطبقات الشعبية وبين الحكام ، وإقناع كل  
 مواطن بأن له مصلحة حيوية في استمرار حكم موسوليني ،  
 ولأن الفاشية لم تكن نظرية سياسية ، أو عقيدة تبشر بها  
 الدعاية ، لم تكن إيطاليا بحاجة للأساليب العلمية والفنية  
 في الدعاية ، فكانت استراتيجية الدعاية هناك عبارة عن إعلان  
 مصطنع ، أو مهارات مع خصومها ، أو حملات مسرحية  
 وبهلوانية . وكان موسوليني صاحب عقلية سياسية جبارة ،  
 ولكن حركاته المسرحية ، كانت تقتضى دعايته أن تضي  
 عليه ، صباح مساء ، صفات البطولة والعبقرية ، وتصفه بالحكمة  
 ورجاحة العقل ، وأنه صاحب إرادة حديدية لا تغفل ، وتدعو  
 الشعب لطاعته وتبجيله . واهتمت هذه الدعاية المهرجة أكبر  
 اهتمام بالمظاهرات الصاخبة ، وتصكيت الجوع العفيرة  
 في مناسبات الحفلات المختلفة ، والذكرى السنوية ،  
 والمؤتمرات ، والاستعراضات العسكرية ، وكان موسوليني  
 يطل على الجماهير ، متقمصاً روح قيصر ، ويلقي خطبه الرنانة ،  
 وتذق له طبول جوفاء ، وهو يبشر بملك عريض ، ومجد

لا يفني ، في صلف ، ومن غير تورع أو حياء . ومع ذلك أفادت هذه الدعاية ، في مناسبات مشهورة ، كانت تحتفل بها إيطاليا الفاشستية ، كحصاد القمح ، وجنى الكروم ، وعصر النبيذ ، وفي الترويج للسياحة ، والمتجبات الإيطالية ، كما أفادت إذ كان موسوليني يستعرض صفوف « الباليلا » ، أو المتطوعين للجندية ، ونححت في رفع معنوية الشعب والتأثير على خصومه في الأزمات الكبرى ، ولا ننسى خطب موسوليني حينما حارب الحبشة في سنة ١٩٣٥ ، ووقف على فوهة مدفع كبير ، ينذر بالويل والثبور ، من يتحدى إيطاليا من أعضاء الجماعة الدولية ، وقامت مظاهرات بحرية للأسطول الإيطالي ، وخطب موسوليني قائلا : إنه يريد أن يجعل البحر الأبيض المتوسط بحيرة رومانية ، وتلك المسرحيات رفعت معنوية الشعب ، إلى حد كبير ، وقام بمثل هذا ، لتبرير مساهمة إيطاليا في الحرب الأهلية في أسبانيا .

وأما الدعاية ، في الخارج ، فقد تسلم زمامها ، الكونت شيانو ، ومن بعده « دينو الفيري » ، وكانت حملات متصلة ضد سياسة إنجلترا وسياسة فرنسا الاستعمارية ، ووجهت هذه الدعاية إلى بلاد البحر الأبيض المتوسط ، ومنها مصر ، وبلاد أفريقيا الشمالية ، وفلسطين ، وكانت تبرز في عبارات رنانة فضائح الاستعمار البريطاني والاستعمار الفرنسي ، ومن ناحية أخرى سلطت حرب الإذاعة اللاسلكية على الشعب



الأمريكي ، في الولايات المتحدة ، داعية إياه إلى التزام سياسة العزلة ، ووجهت دعاية خاصة إلى بلاد أمريكا اللاتينية .

ومع ذلك لم تحقق الدعاية الفاشستية من النجاح إلا نتائج محدودة ، ففعلوها في الخارج كان ضعيفا ، وفشلها في الداخل ، كان صروعا وغريبا ، حينما سقطت إيطاليا ، وانهار النظام الفاشستي ، وكأنه كان سرايا أو قصورا شيدت فوق صفحات الماء ، وبغض الحركات المسرحية ، مثل الشعب الايطالي بجثة موسوليني ، بطريقة تدل على الخسة والندالة ، وتقطع بأن الدعاية لم تصل إلى أعماق الشعب . وهي دعاية لم تقم على أصول فنية صحيحة ، وقد تعثر الجهاز القائم بها في بيروقراطية سخيفة ، ولما أسس موسوليني وزارة الثقافة الشعبية اختار موظفيها من بين رجال السلك السياسي ، ونقل إليها عددا من موظفي الوزارات الأخرى ، فكان ينقص هذه الوزارة عنصر الخبراء والذين يفهمون فن الدعاية السياسية ، وفوق ذلك كانت الدعاية تجري في تلك السياسة كأمانة للسياسة بدلا من أن تكون قلبها الباطن ، وبالجملة دلت محنة إيطاليا في سنة ١٩٤٣ على أن جهاز الدعاية الايطالية كان كسيحا .

### ثانيا — في ألمانيا النازية :

قال هتلر في خطابه الذي ألقاه بمؤتمر نورمبرج ، في سنة ١٩٣٦ : « لقد أوصلتنا الدعاية إلى الحكم ، وبالدعاية حافظنا

على مراكزنا ، وسوف نستطيع أن تغزو العالم كله بدعايتنا . والدعاية بالنسبة للألمان هي أداة من أدوات الحكم ، لا غناء عنها ، ولذلك كانت من وظائف الدولة ، التي تباشرها بغير توقف ، في السلم ، وفي الثورة ، وفي الحرب على السواء . والدعاية كانت سلاحا أيديولوجيا وسياسيا وعلميا . وكانت هذه الدعاية مبنية على دراسات فنية غاية في الدقة ، والقوة ، حتى وصلت إلى درجة لم تسبق إليها في تاريخ الدعاية السياسية في العالم .

ولما غلبت ألمانيا على أمرها ، في سنة ١٩٤٥ ، وجد أعداءها في أطلال وزارة الدكتور « جوبلز » محفوظات ، تدل على عمل في رائع ، وجهد لا تقدر عليه أجيال متعددة ، في دولة أخرى ، ويستفاد من هذه المحفوظات أن ألمانيا استفادت بتجارب الأمم الأخرى ، منذ أقدم العصور ، وهضمت نظريات غيرها ، وأخضعتها للعلم الحديث ، وفلسفتها الخاصة ، فترى أثرأ لفلسفة ميكيافيلي ، في تلك الدعاية النازية ، كما نجد تقريبا كاملا للمظاهرات ونياشين ، وما إلى ذلك من وسائل التأثير على الجماهير ، وفي بطون تلك المحفوظات دراسات ممتعة في فنون الدعاية السياسية بأقلام علماء النفس ، وأساتذة الفرائز ، والخبراء في كل فرع من فروع العلم حتى في الهندسة والعمارة والطب والميكانيكا ، فكل ذلك كان متصلا بالدعاية السياسية من زاوية أو أخرى ،

واستطاعت الدعاية النازية أن تحلل الطبيعة البشرية في معاملها أدق تحليل ، واهتدت إلى أمور لم يكن العلم قد توصل إليها . والمبدأ الأساسى الذي ارتكزت عليه الدعاية النازية هو الاحتكار ، وعدم السماح بأن تنافس بأية حال ، ومنع الاصفاء إلى الاذاعة اللاسلكية الأجنبية ، ومراقبة المطبوعات التى تنفذ من الخارج ، ووضعت الدولة تحت تصرف وزارة الدعاية قوات البوليس والأمن ، والمحاكم والسجون ومعتقلات الأسر ، فكانت التربة مهيأة ، لتقوم بعمل إنشائى عظيم ، واشتغلت النازية طبقا لخطط وبرامج كانت تضعها مقدما ، فى كثير من الدقة والاحكام ، وكانت لا تهاجم عدوين ، فى وقت واحد ، فبدأت بالقضاء على جمهورية «فيما» ، وأحدث محلها النظام النازى ، وبعدها أعلنت حربها على الشيوعيين ، ولما استأصلت شأفتهم ، أجهزت على اليهود فقطعت دابرهم ، وانتقلت إلى الاشتراكيين ، فالنقابيين ، فالفيدراليين ، ولما تخلصت من كل هؤلاء ، صبت جام غضبها على الكنيسة ورجالها ، ثم الماسونية ، وحينما طهرت ألمانيا من أولئك جميعا ، زحفت على النمسا فضممتها إلى الرايخ ، وبعد النمسا ابتلعت تشيكوسلوفاكيا ، ولما انتصرت فى ميونيخ فى سنة ١٩٣٨ وأحنت ظهور الانجليز والفرنسيين ، طالبت بممر دانزج ، فأوقدت نيران الحرب العالمية الثانية ، وقد أخذت لها أهبتها . وامتاز فن الدعاية النازية

بالتهمج اللاذع على أعداء ألمانيا ، الذين أخذتهم بغير رفق ،  
فداست على « ييفيش » ، رئيس جمهورية تشيكوسلوفاكيا  
الذى ثبت أنه كان جاسوسا لبريطانيا ، وبعده عصفت  
« بشوشنيج » ثم راحت تضرب روزفلت على أم رأسه ،  
وأما ونستون تشرشل ، فكانت تذكره بكثير من الزراية  
والاحتقار ، وكانت الدعاية الألمانية تصوغ مطالب ألمانيا  
في طجة آمرة ، لا رجوع فيها ، ولا يمكن التحول عنها ،  
كما أنها اتسمت بالعنف ، فلم تعرف هوادة ولا ليناً . ومع ذلك  
تمسكت على المكر وسعة الحيلة ، ومعالجة الأمور بحكمة ،  
بحيث لا تتبرق قلقاً في الداخل ، ولا تدفع خصومها في الخارج  
للاقدام على عمل مضاد لها دون أن تكون الدولة ، على أتم  
أهبة ، فأمنت الهرات ، ووضعت خصومها دائماً أمام الأمر  
الواقع ، وجملتهم على التسليم والاذعان . وكلما قررت الهتيرية  
القيام بعمل ما ، كانت الدعاية تمهد لذلك بمقال افتتاحي  
في صحيفة كبرى ، ثم تلتقف الأعلام موضوع هذا المقال ،  
فتدده بتعليقات مختلفة ، ولا يلبث أن يصير الأمر حقيقة  
واقعة . وكانت الدولة تتظاهر بأن الموضوع الذى أثير  
هو مجرد اقتراح ، وأنه محل البحث والدراسة ، وتراقب  
بوساطة أجهزة الاستعلام ، آثار ما يكتب ، على رأى العام ،  
في الداخل ، وفي الخارج ، قبل أن تتورط في خطأ ،  
أو تتخذ قراراً ، دون أن تكون العرصة مؤاتية . وأحياناً

تبدأ الحملة بتصريح يرد على لسان المتحدث رسمي ، وبلى التصريح دوى صحفى ، ودوى فى السينا والراديو وغير ذلك ، وتكون وسائل الدعاية أشبه بأور كستري عزف أنشودة معينة ، ثم تلى ذلك فترة سكون وصمت ، يكفون خلالها عن الكلام فى الموضوع ، ليفكر الناس تفكيراً هادئاً ، وتتكشف المعارضة ، إن كان ثمة معارضة ، وتظهر نواحي الضعف لتعالج بسرعة ، ثم يتخذ القرار النهائى ، وتتجدد العاصفة أقوى من ذى قبل ، فيرتبون اجتماعاً ضخماً ، ويعلنون أن القوهرر سيخطب فيه ، وبمجرد إلقاء خطابه ، تكون المشكلة قد حلت ، وإذا كانت المشكلة داخلية ، يعلن هتلر القرار فى خطابه ، أو يذاع قبيل البيان ، ويكون هناك ترتيب سابق لرفع آيات الشكر من الشعب لزعيمه ، الذى نزل على إرادته ، وحقق له ما يتمنى ، والدعاية الداخلية ، بوجه عام ، كانت تعتمد على الاجتماعات ، والمواكب ، والمهرجانات ، والمؤتمر السنوى الذى كان يعقد فى « نورمبرج » واستعراض الأطفال ، أو فرق الشباب ، أو قوات الجيش ، تحت راية الصليب المعكوف ، وما إلى ذلك من الأعمال والصور التى كانت تأخذ بلب الشعب الألماني .

وأما استراتيجية الدعاية النازية فى الخارج ، فكانت لها رسالتان :

(١) إقناع العالم الخارجى بسياسة ألمانيا النازية ، وعدالة

مطالبها ، وقوة بنائها ، وكسب أنصار وأصدقاء في الحياة الدولية . وقد قاموا بهذه الدعاية بواسطة الاذاعة اللاسلكية ، وموجاتها القصيرة ، التي غزت سائر أنحاء المعمورة ، وكانت مسددة بوجه خاص إلى بلاد القارتين الأمريكيتين ، الشمالية والجنوبية . وقد أبرمت اتفاقات خاصة بين الاذاعة الألمانية والاذاعات الأجنبية ، لتبادل برامج الاذاعة ، وتبادل المذيعين أحيانا ، ومن ذلك دعوة السائحين إلى ألمانيا لمخاطبة ذويهم ، عن طريق الميكروفون الألماني ، ومما ساعد على نجاح هذه الدعاية ، وجود عدد كبير من رعايا ألمانيا مقيمين ومبشرين في الخارج .

(٢) الاتصال بجميع العناصر المنحدرة من سلالة جرمانية وتعبئتهم وكانت العنصرية الجرمانية ، الموجودة خارج ألمانيا دائما وأبدا ، سلاحا من أسلحة السياسة الألمانية ، فالذي فعله هتلر ، هو أنه استعمل هذا السلاح ، كبرل زحف ألمانيا على البلاد التي ضمتها إليها ، ذلك أنه اعتبر جميع المنحدرين من دم جرمانى أبناء الرايخ الثالث . ومواطني المانين يخضعون لقوانين الرايخ ولأوامره ، وانتظمهم قسم خاص من أقسام الحزب النازي ، وحملوا شارة الصليب المعكوف ، وفي كل عام كان يتعقد مؤتمر في «ستوتجارت» ، ويضم كل هؤلاء الذين يقدون على المؤتمر ، من مختلف بقاع العالم لتثبيت إيمانهم بألمانيا النازية ، وتلقى الأوامر والتعليمات .

وكانت غاية هذه الدعاية ، ضم كل تلك العناصر إلى حظيرة الوطن الألماني الكبير Volkstum الذي يمثل وحدة الدم والعنصرية ، وهؤلاء كانوا في البلاد التي يقيمون بها في الخارج عيوننا لألمانيا ، وسواعد لها ، تقوم بالتجسس لحسابها ، وبالدعاية الخفية ، وأحيانا تدعى أنها مضطهدة ومعذبة ، ليستخذ هتلر من هذه الادعاءات ذريعة للهجوم ، على بلد مجاور بدعوى إنقاذ أنباء عمومته ، والأقليات الجرمانية المضطهدة . وكثيرا ما أحدثت تلك الأقليات اضطرابات سياسية واجتماعية في البلاد التي تسكنها لخدمة أغراض معينة للسياسة الألمانية .

واعتمد هتلر على تلك الأقليات في حربه الباردة التي شنها على بعض البلاد . كي يصل إلى انتراع بلاد أخرى ، كان يعتبرها ألمانية الأصل ، وأراد أن يكون من مجموعة تلك البلاد ، ماسمى بألمانيا الكبرى Gross Deutschland أو المساحة الحيوية المطلوبة الرابع الثالث .

وقد نجحت هذه الاستراتيجية ضد النمسا لتحقيق ما سمى به Anschluss ، وكانت اقوي مفعولا حينما استخدمت ضد تشيكوسلوفاكيا في سنة ١٩٣٨ ، وكانت تعالتهم هنا ، إنقاذ الألمان المقيمين بالسوديت من طغيان تشيكوسلوفاكيا .

وحينما بدأت خطة هذا الزحف ، كانت الدعاية الألمانية لا تتكلم إلا عن الأواصر الثقافية ، بين ألمانيا وبين تلك الأقليات ، وذلك حتى لا تقلق البلاد الديمقراطية وتأخذ

حذرهما ، ولكن سرعان ، ما وضعت مسألة الاقليات ، على بساط البحث ، فطالبوا بالمساواة في الحقوق ، ثم تطورت المسألة إلى مطالبة باستقلال ذاتي ، فاستفتاء ، فزحف ألماني وكانت الدعاية الألمانية ، تمهد للغزو ، وتلقى الرعب في صدور الأعداء ، فتقول لهم مثلاً : لقد قال هتلر كيت وكيت في « كما حي » وهو ماض في تنفيذ ما كتبه في هذا الكتاب بالحرف الواحد ، والجيش الألماني لا يقهر ، ولا تلين له قناة وأن شعب ألمانيا كله يقف وراء أبناء ألمانيا المقيمين في السويد ، وهكذا ، حتى ينخلع قلب العدو ، ويفقد إرادته ورشده ، وكانت المفاوضات تجري في نفس الوقت ، وترك للعدو أسبوعاً يدبر فيه أمره ، وترك له بصيصاً من الأمل في حل سلمي ، ولكن أجهزة الدعاية في ذلك الأسبوع ، تكون قد شددت النكير عليه ، حتى تنهار مقاومته وتضطرب خطط حلفائه ، وكان العالم كله يعيش في ظل حالة من التوتر رهبة ، ونذر حرب عامة شاحصة ، والشعوب تطلب النجاة وتتمنى أسوأ الحلول السلمية لمفاداة الكارثة ، ولا تنسى الحالة النفسية ، في العالم كله ، في سبتمبر سنة ١٩٣٨ ، وحالة حامل المظلة « تشمير لن » وهو ينحني ، ويتوسل في ميونيخ ، وكل فرد في مشارق الأرض ومغاربها ، كان يجلس إلى جوار جهاز الاذاعة في لهفة شديدة . ليتسقط الخبر ويعرف المصير ، وكانت الكلمة الفاصلة ، لهتلر سيد الموقف .



في بيان استراتيجية الدعاية النازية ، يجب أن نعيد إلى الذاكرة أيام ميونيخ ، لتعلم دروسا في فن الدعاية . وفي حرب الأعصاب ، وفي الدقة والخبرة بأحوال البشرية جمعا . لقد أعلنوا أن هتلر سوف يتكلم بعد أسبوعين ، فعلى الناس جميعا أن يرهقوا الحس ، ويتركوا ما بأيديهم من أعمال وما يحتدم في رؤوسهم ، من مشاغل أخرى ، ألا قلبنصتوا ، حتى يعلموا أمي حرب كبرى مباغتة ، أم سحابة صيف ؟!

أعمال البورصة تضطرب ، واليهود يضربون أختامسا في أسداس . والشائعات تهد العزائم ، والناس لا يدرون ماذا يصنعون ؟!

وبأني اليوم التاريخي الموعود ، وقد اتصلت محطات الاذاعة العالمية ، بألمانيا ، لتذيع الخطاب في الحال ، مترجا بمختلف اللغات واللهجات . وقد تكلم هتلر ، وكان عنيقا غاية العنف ، ولكن الدنيا تنفس الصعداء ، والناس يهني . بعضهم بعضا ، فقد كان ممكنا أن يقول كلاما أشد عنفا ، وأن يلقي في القلوب الحائرة رهبة وفزعا ، ولكن أعطاهم مسكنا وقتيا ، وهو أفضل من الفجيعة ، على كل حال (١) .

والدعاية الجبارة تخاطب خصوم ألمانيا ، فتدفعهم إلى

---

(1) Dictature Ou Liberté , Revue des Deux Mondes , 19 Mai 1939 .

اليأس ، وتحملها على التسليم . تقول لفرنسا ، إنك يا فرنسا  
الحلوة ، المائعة لا ترضين بالانتحار ، ولا طاقة لك على محاربة  
ألمانيا النازية ، ولا مصلحة لك في حرب من أجل السوديت ،  
وأنت يا بريطانيا ، أيتها العجوز الشمطاء ، إنك جملت على  
الأفانية وحب الذات ، وأنت تكسبين كثيرا ببقائك ، خارج  
المعركة ، ولا بأس من السكوت عليك ، وعدم المضى  
في كشف عورتك ، والاعلان عن قبائحك ، وخيانتك  
للإنسانية وللسلام العام . اسكتي راضية ، ونحن نسكت  
عليك ، ونرتب على كتفك . وأنت يا أمريكا ، حذار أن  
تركي العقرب ، الأجير لليهودية والرأسمالية ، روزفلت ،  
يخرجك عن حيادك التقليدي ، وأنت لا مصلحة لك  
في السوديت ، وإن ركبت رأسك ، فالويل ثم الويل لتجارة  
العم سام ، ولأبناء العم سام ! !

ذلك هو لسان الحال ، الذي كان يناجي أولئك وهؤلاء .  
وتخرج صحيفة « التيمس » ذات صباح ، لتلقى قبلة بمقالها  
الافتتاحي ، معلنة ضم السوديت إلى ألمانيا ، وأن الأزمة  
الدولية تعد منتهية ، وهي تنهى العالم بهذه النتيجة .

ويعود كل من ديلاديه وتشميرلين ، ليخطبا ، ويقولوا  
على موجات الأثير إنهما أنقذا البشرية من المجزرة  
الكبرى ، وتزف التهنئة إلى صاحب المظلة ، وذلك كله بعد

أن رفع اللورد « رانسيان » Runciman رئيس اللجنة التحقيق البريطاني تقريره ، وأوصى فيه بضم السويد إلى ألمانيا ، وارتكبت إنجلترا جريمة الخيانة والفدر ضد حليفها الصغيرة تشيكوسلوفاكيا ، ولا يرى رجل الشارع الانجليزي غضاظة ، فأنجلترا عريقة في هذه السياسة ، وأما التشيك فيحتجون ، ويعوون كالطيور الجريحة ، إلا أن الديموقراطية الغربية ، وهي لاتدين بمبدأ ، ولاتؤمن بحقوق الأمم الصغيرة ، تصم أذنيها ، وترحب بذبح تشيكوسلوفاكيا ، وتذبح من أبوابها لغة الكذب والختل والنفاق ، وتقول لألمانيا : نرجو أن تكون السويد آخر الطلبات . ولكن جوبلز ، وقد اشتد ساعده ، حتى صار سيفاً مسلولاً ، يميل حينئذ إلى الصراحة ، ويقول لا ، ويعنف الديموقراطية أشد التعنيف ، ويصفها بأنها كسيحة ، وأنها إلى زوال .

وأخيراً ، وفي سبتمبر سنة ١٩٣٩ ، وقعت الواقعة ، وكان أمر الله مفعولاً .

### ثالثاً — استراتيجية الدعاية الشيوعية :

دار الفلك دوراته ، المقررة ، في كتاب محفوظ ، عند علام الغيوب ، وبعد عشر سنوات ، من انتصار جوبلز ، وأجهزته ، وابتلاع تشيكوسلوفاكيا ، افتعلت الدعاية السوفيتية ثورة في براغ ، ووصل الحزب الشيوعي إلى الحكم ،

وأضحت تشيكوسلوفاكيا ، التي اتهمت ألمانيا بسفك دماؤها ،  
من بلاد ما وراء الستار الحديدي ، فكيف تم ذلك ، وما هي  
الاستراتيجية الحمراء ؟

بعد أن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، ظهر  
الحرب الشيوعي في تشيكوسلوفاكيا ، وكان يعمل لحساب  
موسكو ، لا لحساب وطنه ، والشيوعية تهدم القومية ،  
ولا تؤمن إلا بالدولية الحقاء ، التي يعتبر معتقدها خونة  
لأوطانهم ، وانطلقت الشرارة في صيف سنة ١٩٤٧ ،  
إذ وضعوا على بساط البحث ، مسألة اشتراك تشيكوسلوفاكيا  
في مشروع « مارشال » ، وهو مشروع كان ينطوي على  
خبث أمريكي ، ورغبة في التساط على العالم اقتصاديا ، ومن هنا  
كانت الثغرة التي تغذت منها الشيوعية ، والفرصة التي استغلتها  
أيما استغلال ، ذلك أن مشروع مارشال ، وصاية أمريكية  
مقنعة ، وكان على تشيكوسلوفاكيا أن تختار صكته تنضم  
إليها .

وكان على رأس حكومة براغ ، رجل شيوعي ، يقال له  
« جوتنوالد » Gottwald ، وقد قرر إرسال وفد  
تشيكوسلوفاكي للاشتراك في مؤتمر باريس التمهيدى فأمر  
الكريملين في الحال باستدعاء الوزراء الشيوعيين في تشيكوسلوفاكيا  
إلى موسكو ، وكلهم متالين بمعارضة مؤتمر باريس ،  
واضطربت الأمور بسرعة ، إذ كانت تلك الخطوة ، أول

تدخل مباشر من جانب موسكو ، وحدثت تحركات للفرق المسلحة ، وتهديدات ، وانتهت بدخول تشيكوسلوفاكيا ، وراء قضبان الستار الحديدي . وقد حصل الشيوعيون على الأغلبية المطلقة في انتخابات مايو سنة ١٩٤٨ ، وكانت توازنهم الفرق الروسية المراقبة على الحدود .

وأول عمل قام به الشيوعيون ، كي يصلوا إلى الحكم ، هو استخدام القوة والعنف وسائر الوسائل للقضاء على معارضيهم وتشريدكم ، وقد استغلوا في دعايتهم أخطاء خصومهم السياسيين ، وسجلوا عليهم تهما خطيرة ، أهمها التآمر ضد وطنهم لحساب الرأسمالية الغربية ، وأنهم هم الذين كانوا سببا في القضاء على بلادهم في الماضي ، وكانوا تجار الحرب ، ومنهم من كانوا خداما للنازية . وقالوا إن الحزب الشيوعي هو الحارس الوحيد للجمهورية والخدام الأمين للطبقة العاملة ، وقد رأى قادته المستنيرون ضرورة محالفة روسيا ، التي ألقذت الشعب من نير الألمان ، وقدمت له كميات كبيرة من القمح لتقيه شر المجاعة ، وأخذت على كاهلها حمايته من براثن الرأسمالية الاستعمارية . وهدد الحزب الشيوعي بتدخل روسيا المسلح لقمع أية حركة تدبر ضده .

وألقت الشيوعية بقبضتها فتصربت إلى أهم المرافق العامة ، وفي مقدمتها الاستعلامات والبوليس ، وهيمنت على مصادر الثروة القومية ، وطلبت من العمال أن ينتظموا في كتل

شعبية لحماية جمهوريتهم ضد الرجعيين ، والمتآمرين الذين يجب التبليغ عنهم والضرب على أيديهم في الحال . وأصبحت الصحافة والاذاعة بحمي الشيوعية ، وراحت أجهزة الدعاية تندد بمن وصفتهم بالخيانة ، واعتبرتهم أعداء الشعب ، وألقى الرئيس « جوتوالد » خطبا نارية ، دعا فيها العناصر التقدمية لتكون على أتم أهبة ، كي تقتل في المهد كل حركة رجعية ، وكي تنقذ الديمقراطية الشعبية من أي عدوان ، وتألقت لجان العمل التي غطت البلاد كلها، وأضحت دولة في داخل الدولة .

ولم يبق إلا الخطوة الحاسمة لقلب نظام الحكم . وقد هبط على براغ ، الرفيق « زورين » ، نائب وزير الخارجية الروسية لحضور استلام شحنات القمح الذي أرسلته روسيا إلى تشيكوسلوفاكيا ، واشتد الضغط على رئيس الجمهورية ييديس ، ليقيّل الوزراء غير الشيوعيين ، ويترك دولاب الحكم في يد الحزب الشيوعي بمفرده . وقد أعطيت الإشارة إلى الطبقة العاملة ، فأوفدت مندوبيها إلى رئيس الجمهورية لحمله على اتخاذ ذلك القرار ، وعقدت الاجتماعات الشيوعية ، وانطلقت المظاهرات المباحبة ، واحتل الشيوعيون دور الحكومة واعتصموا فيها ، كما احتلوا دور الأحزاب غير الشيوعية ، وقبضوا على زعمائها ، واقتحموا المطابع وغيرها من المؤسسات . وقد انهار بينيش ، واستسلم وأذعن ، قبل أن يقضى نحبه .

وغدت تشيكوسلوفاكيا حراء ، صاخبة ، وألقي القبض على كثيرين من العلماء والساسة ، وأعدموا بتهمة التآمر ضد الوطن ، وتشيعت الدولة ، وأمت الصحف والفكر ، واختفت الجمهورية ، وقامت على أنقاضها جمهورية شعبية ، تشتغل وراء القضبان . ولم يتم هذا الانقلاب في يوم وليلة ، بل كان ثمرة خطة روسية مدروسة ، منذ ثلاثين عاما !

في مارس سنة ١٩١٩ تأسست في موسكو ، الشيوعية الدولية ، أو « الكومنترن » ، وهي وزارة دعاية خارجية ، بكل معنى الكلمة ، وأضحت الشيوعية ، التي كانت مجرد نظرية سياسية ، نظاما يريد أن يحتضن جميع الحركات الثورية في العالم . ولما وصل ستالين إلى الحكم ، وضع إنجيل لينين في خدمة مصالح الدولة السوفيتية ، وأضحت الدعاية الشيوعية ، التي تغزو نظم الدول في العالم ، طريقة بارعة لفرض سيطرة موسكو ، على كل بلد يقع تحت براثن الشيوعية ، فالشيوعية استثمار يسرى في الهواء ، وهو كالسرطان ، حينما يعتري جسم أية أمة ، فتستأصله من ناحية ، يظهر في ناحية أخرى .

وقد كانت الظروف ملائمة لظهور هذا المرض ، بعد الحرب العالمية الأولى ، فاتجه لينين أول ما توجه إلى ألمانيا ،

وأراد بلشفتها ، ومنها يستطيع أن يبلشف أوروبا بأسرها .  
ولكنه فشل ، وعاود التجربة في بلاد المجر ، التي كانت مرتعا  
خصبا للشيوعية بسبب زيادة عدد العاطلين عن الحد المعقول ،  
وتفشي البؤس والفاقة ، وقد عاد الأسرى الذين كانوا  
في موسكو ، إلى بلادهم ، ومعهم جرائم الشيوعية . ولكن  
هذه الحركة قد اندحرت لأن الرأسمالية الانجلوسكسونية ،  
كانت شديدة البأس ، نافذة الكلمة في الحياة الدولية .  
وظهرت الفاشية ، وبعدها النازية ، لمقاومة الشيوعية ، وكانت  
النازية هي القوة الوحيدة الساحقة للشيوعية ، فالت أمامها  
الأدبار ، ووقفت ألمانيا النازية ضد الشيوعية كالسد  
المنيع .

والشيوعية محزنة ومدمرة ، فهي في ثورتها ودعايتها  
مصابة بالعنف ، والميل إلى الاجرام ، وقد استخدمت الاذاعة ،  
ونبغت في نشر الأخبار المكذوبة ، وإشاعة القلق وإثارة  
الغواطر ، وزلزلة الحكومات الأجنبية .

وقبل قيام الحرب العالمية الثانية ، عقدت روسيا معاهدة  
صداقة وعدم اعتداء مع ألمانيا ، ولكن بمجرد أن احتلت  
ألمانيا أراضي بولندا ، وقبل أن تنتهي معركة بولندا زحفت  
روسيا على بولندا من الشرق بغية لتأكل نصيباً من جيفة  
بولندا ، ودارت رحى الحرب ، ومشى جيوش هتلر فوق  
أوروبا ساحقة ماحقة ، ولكن روسيا كانت تسدد حراها



في ظهر حليفها ، فلم يجد هتلر بدا من أن يحول جيوشه إلى الشرق ، بعد أن أعلته تلك الخيانة ، وذلك التصميم على الغدر ، ورأى العالم من خطوط النار الممتدة آلاف السكولومترات ، ما لا عهد له به من قبل ، وكانت الفرق النازية شديدة الفتك بالعملاق الروسي ، وكانت تقطعه إربا ، وتسبح في بحار من دمه ، ولو خلى بينهما ، لارتاح العالم كله من الشيوعية إلى يوم القيامة ؛ إلا أن اليهودية الدولية التي ابتدعت الشيوعية ، هي بعينها اليهودية الدولية التي تحكم الولايات المتحدة الأمريكية ، والتي تسوس بريطانيا وفرنسا ، وغيرهما ، وهذه اليهودية عرفت كيف تجمع الأعداء في صعيد واحد ، وتريق دماءهم لغرض واحد ، هو القضاء على عدوها الألد ، ألمانيا النازية ، فقد ر لا بليس وجنوده أن ينتصروا ، ويدخلوا برلين ، بعد مصائب ثقال ، وخسائر مروعة ، ومعارك فوق الأنقاض ، وتحت الأنقاض ، وفي كل بيت ، وفي كل حجرة . وانتهت الهتلرية ، ليشهد العالم ، من أهوال السلم ، والمتاعب الجسام ، ما تحدث عنه هتلر ، وما توقعه إذا قدر لألمانيا أن تلبى السلاح ، قبل أن تحطم أعداء البشرية الثلاثة : الشيوعية ، والرأسمالية الغربية ، واليهودية الدولية .

ولم يضيع هؤلاء الثلاثة وقتا ، ففي الأسبوع الثاني من سقوط ألمانيا ، وبعد انهيار طوكيو ، بدأت رحى الحرب الباردة بين الشيوعية الشرقية ، والرأسمالية الغربية ، واليهودية

تلعب هنا ، وتلعب هناك ، وكلما كثر الماء العكر ، كلما  
أنتخمت بالثراء ، والجاه الدولي العريض ، وأضحى الناس  
في زمان ، أفرخ الشيطان في الروس ، فاهارت الأخلاق ،  
وتداعت الفضائل ، واختفى صوت الضمير .

والحرب الباردة الدائرة الآن بين الكتلتين الشرقية  
والغربية هي حرب دعاية بين مدرستين ماديتين متطاحنتين ،  
وقد أسست روسيا الكومنفورم ، وما هو إلا طراز جديد  
للكومنتيرن ، واستفادت روسيا بتجارب النازية ، في المجال  
الفني وطبقته على نحو يلائم مذهبها ، ومن العيب أن يتصور  
أى سياسى أن هذه الحرب الباردة سوف تنتهى ، فهي لا بد  
مؤدية إلى الانفجار ، بل إلى الخراب والدمار ، ولن ينجو  
العالم إلا إذا قامت على أرض الله مثالية جديدة تقاقل  
الكفر ، وتدعو إلى توحيد الله القوى العزيز ، وقدر لهذه  
المثالية أن تقتصر على القوى الثلاثة التي تمثل الشرك ، وتعد  
بربرية منظمة ، تحت ستار مدينيات مادية وما تلك القوى  
إلا الشيوعية الاستعمارية والرأسمالية الغريبة الاستعمارية  
واليهودية الدولية التي تبحث عن ملك سليمان .



واللدعاية الشيوعية ، في داخل البلاد الروسية نفسها  
استراتيجية من لون آخر ، فالاتحاد السوفيتى يعيش في ظل  
الظربة الماركسية ، ويحاول رجال الكرملين الآن أن

يخلقوا مدنية ماركسية ، تقوم على الأساس الذي سبق الكلام عنه وهو فناء ذاتية الفرد واحتكار كل شيء بما في ذلك وسائل التعبير عن الفكر ، ولم تعد هذه الدعاية تدق كثيرا على نفمة عدوها التقليدي ، رأس المال ، ذلك لأنها لا تخاف كثيرا ، من أن ينهار النظام السوفيتي ، بعد أن أصيبت الرأس مالية الغريبة بالهرم والشيخوخة ودبت فيها عوامل الفناء ، وإنما تمر روسيا السوفيتية بمرحلة انتقال تطلب فيها من المواطن الطاعة العمياء ، والعمل المتواصل حتى يضاعف الانتاج ويستخدم أكبر نصيب من الدخل القومي في التسليح .

ومنذ سنة ١٩١٧ تردد البلشفية في دعايتها نغمات معادية للوطنية وللقوموية أيا كانت ، وتذكي لهاب الأنانية في طبقات العمال والفلاحين ، فتعد العمال بدكتاتورية البروليتاريا وتعد الفلاحين بالأرض ، واستخلص لينين من الماركسية ، نظاما خياليا للمجتمع الجديد الذي تتلاشى فيه الطبقات ، ونادت الشيوعية بالتخلص من الأديان وعبادة المادة وعبادة العلم والفن بدلا من عبادة الرحمن ، بل جعلوا من لينين معبودا في الدولة الشيوعية واستعاضوا عن النسر الامبراطوري بالمنجل والمطرقة ورسوموا على العلم الأحمر خمس نجوم ذهبية تعبر عن القارات الخمس وهي الأمل الذي يداعب رأس الشيوعية .

ومنذ بداية الثورة الحمراء فرض الحصار على الشعب  
الروسي حتى لا يتصل بالعالم الخارجي ويظل يحرق في فلك  
الشيوعية ، والشعب الروسي حتى الآن يجهل الحقيقة المجردة  
ولا يعرف إلا ما تلقى به إليه أبواق الدعاية الرسمية تلك  
الأبواق التي تراقب وتمحسو ما نشاء وتزور كما تريد  
ولا يستطيع مخلوق أن يرد عليها في داخل البلاد ، والشيء  
الواحد قد يكتب عنه بصيغ متعددة ويعرض بأوجه  
مختلفة ، فما يكتب للعامة يفاير في حقيقته ما يكتب لأعضاء  
الحزب أو للطبقة المستنيرة ، والشعب لا يطالب الحكومة  
أو الحزب بأن تكون لهما سياسة ثابتة ، فهذا يستريحان اللف  
والدوران ، ولا ترى الشيوعية بأسا من ذلك مادام أنها لم  
تصل إلى هدفها الأخير وهو تشييع العالم كله ، وعلى الرغم  
من الهدوء والاستقرار في الاتحاد السوفيتي لا تكف أجهزة  
الدعاية عن العمل ليل نهار لتقول للشعب أن الشيوعية هي  
ملتقى الفضائل والصفات العالية والعبقريّة البشرية. وفي جميع  
المحافل العامة والميادين والأندية والمحطات والصالات  
والمصانع والمزارع والمتزهات تعلق اللافتات الكبيرة وتلصق  
الاعلانات معبرة عن انتصارات السوفييت والتأج التي  
يحققونها بنظام حكمهم الذي يقولون عنه أنه المثل الأعلى ،  
وكل عامل يستهدف لتأثير سيكولوجي قوى وهو يحصل على  
تعويضات طيبة ومكافآت ونياشين وما شابه ذلك ، والعامل

المهمل أو العاجز أو المتبطل يفقد مسكنه وتسحب منه بطاقة العمل وقد يقذف به في ظلام سيبيريا ، واستعمال العنف في الحياة اليومية من الأمور العادية والمألوفة ، وكم جرت من حركات تطهير وإبادة تكررت منذ وقوع الانقلاب الشيوعي ، وإذا كانوا قد عقدوا بعض محاضرات فلم تكن محاضراتهم إلا مسرحيات لتقضى بما استقر عليه الرأي من أنها مستقضى به قبل أن تنعقد ، وما المحكمة هناك إلا أداة لتبرير سياسة الحزب الشيوعي ، ويلعب الجيش الأحمر دوراً هاماً في تربية الشعب الشيوعية وللجيش قومسيرون ، أي وزراء سياسيون وهؤلاء ليسوا إلا خداماً للدعاية ، ومن الأقوال المأثورة هناك قولهم إن الجندي يدافع عن الوطن السوفيتي والدولة تدافع عن الفلاحين والعامل .

\* \* \*

ومن كل ماتقدم ، يتبين أن وسائل الدعاية في بلاد الحكم المطلق هي احتكار تلك الوسائل التي تنشر الفكرة الشيوعية وتأمين التفكير الانساني واستخدام الاستراتيجية العلمية .

وقد استخدم أعداء هذه الأنظمة طرائق في الدعاية مشابهة لطرائق المظم الدكتاتورية في بعض الأحيان ، ولذلك عملت بالسياسة القائلة : لا يفل الحديد إلا بالحديد ، فأصبنا التي نزعها الجبال فرانكو ، قد احتكرت وسائل الدعاية ،

وجربت الأساليب الدكتاتورية وهي تأخذ بنظام الحرب الواحد والدولة البرتغالية الجديدة تقوم على نظام دكتاتوري ، لا يحجر على الفكر إلى الحد الذي لمستأه في البلاد التي تكلمنا عنها ولكنه مع ذلك يسوس الفكر ، ولا يسمح بمناقشة الأسس التي قام عليها نظام الدولة .

وإلى وقت قريب كانت تركيا الجديدة تسيير في نفس الطريق تقريبا وكانت تأخذ بنظام الحزب الواحد ، ثم عدت عن ذلك أخيراً .

وفي الشرق الأقصى ، وقبل أن تحيق الكارثة باليابان ، كانت الدعاية نظاما تحتكره الدولة بقصد تجنيد الشعب واستبعاد الآراء الخطرة ، وقد قامت بحرب مسلحة وحرب سيكولوجية فلمس الآن آثارها في معارك التحرير الآسيوية والدعاية اليابانية هي التي علمت الآسيويين كراهة الرجل الأبيض وكشفت عن إجرامه وسرقاته وزرعت في قلوبهم الايمان بالمبدأ الذي سيلعب أكبر دور في مستقبل العالم السياسي ، ونعني مبدأ آسيا للآسيويين .

واحتكرت الدعاية في بعض بلاد أمريكا الجنوبية ومنها البرازيل والارجنتين .

وقد ذكرنا غير مرة ، أن الدعاية في القرن العشرين ،

فن معقد ودقيق ، وقد تقدم هذا الفن في بلاد الحكم المطلق  
أكثر منه في غيرها ، ومع ذلك يمكن القول إن الدعاية قد  
قضت على كثير من الحواجز بين الشعوب ، وكان يمكن  
أن يستفاد بها في إقامة سلم حقيقي ، ولكن تحول دون ذلك ،  
قفوس استعمارية أمارة بالسوء .



## الفصل الثامن

الدعاية في البلاد الديمقراطية

نأخذ الدعاية ، في البلاد ذات النظم الديمقراطية ، طابعا آخر ، يختلف عما هو عليه حالها في بلاد الحكم المطلق . ذلك أن الدولة الديمقراطية لا تحتكر الدعاية ، فحرية القول ، وحرية الرأي مكفولتان ، في دساتير هذه البلاد ، وبالتالي فالدعاية السياسية مباحة ، لغير الدولة جماعات وأفراد . ولا تدعى الدولة الديمقراطية أنها تجمع في يديها مصالح الأمة ، وتمثل هذه المصالح ، فالأمة هي التي تحكم نفسها بنفسها ، بطريق التمثيل اليابي ، وتستند أمانة الحكم إلى حزب ، أو أكثر ، من الأحزاب البرلمانية . فإلى جانب الحكومة ، ويفترض أنها خادم المصالح العامة ، تتألف باسم هذه المصالح العامة ، جمعيات وهيئات متعددة ومتنوعة ، تعمل لكسب ثقة الرأي العام ، وعلى أساس هذه الثقة تراقب سلطات الدولة ، أو توجهها .

والدولة في هذا الخضم تقوم بالدعاية ، لتحفظ هيبتها عند الناس ، ومن مظاهر ذلك ، في مختلف دول العالم ، العلم ،



والنشيد الوطنى ، والنياشين ، وثياب رجال القضاء ،  
والحفلات الوطنية ، وكل ما من شأنه إثارة حماس الجماهير .  
وتوثيق الدول الديمقراطية صلاتها ، فيما بينها بتبادل  
الزيارات بين رؤساء هذه الدول ، والمعارض الدولية ،  
وما إليها تعد مظاهر دعاية .

وهل تكتفى الدولة الديمقراطية بتلك الدعاية الأولية ،  
وتبأثرها كتقليد ؟ ! الثابت ، أن الدول الديمقراطية قد  
أدلت بدلوها في مضمار الدعاية ، كعمل حكومي ، يجرى على  
أسس علمية وفنية ، مجارة منها لبلاد الحكم المطلق ،  
وزودت أداة الحكم فيها بإدارات ، تحاول بها التسلط على  
الرأى العام ، ليؤيد سياستها ، وتقنعه بوجهات نظرها .  
والطروف وحدها هي التي أملت على هذا النوع من  
الحكومات ، أن تقوم بهذه الدعاية فالمشكلات السياسية  
الاقتصادية والاجتماعية ، التي تواجه أية حكومية ، في  
العصر الذى نعيش فيه ، لا يمكن التغلب عليها إذا أغفلت  
الدعاية ، والحكم في القرن العشرين ، فن وتخصص ، وليس  
سلطة يتطلع إليها هذا وذاك ، كما كان الحال في ماضى الأيام .  
فالدولة الديمقراطية تستعين بالدعاية لتعبئة قوى الوطن ،  
تخفف أعباءها ، وتعالج أزماتها المالية وغيرها ، في جو من  
الحماس ، وشعور كل فرد بمسئوليته . ثم إن الدول  
الديموقراطية ، لا تستطيع أن تعيش بجانب دول الحكم المطلق ،

وترك هذه الأخيرة ، تقوم بدعايتها على النحو الذى شرحناه  
فى الفصل السابق ، وتقف الديموقراطيات مكتوفة اليدين .

والحكم الدكتاتورى عدوى متقلة ، وهو عدوى سريعة  
التأثير ، ولذلك ترى الديموقراطيات نفسها مضطرة لاقناع  
شعوبها بأنها أصلح نظام للحكم ، وأن الدكتاتوية خطر على  
الشعوب ، وهى إذا لم تفعل ذلك ، وتنحج فى دعايتها ، نكون  
معرضة للهزات الشديدة ، ولا تلبث بين عشية وضحاها أن  
يقذف بها فى سلة المهملات ، ويساق رجالها إلى المقصلة  
أو غياهب السجون ، فالدعاية فى البلاد الديموقراطية أداة  
دفاع سلبى ، ودفاع دبناميكى . وتزعم الديموقراطية كخيرها ،  
أنها تنطوى على مثل عليا ، مستمدة من حضارة بنى الانسان .

ومنذ القرن التاسع عشر ، سطت ديموقراطيات الغرب ،  
على أكبر وأعنى قارات العالم القديم ، وتبارت فى سرقة  
كنوزها ، وامتصاص دماها ، وكانت تمهد لذلك بتبشير  
دينى ، وببشير سياسى ، وكانت ولا تزال تلبس القناع الذى  
يغطى وجه السارق ، والقناز الذى يخفى مخالب المعتدى  
الأنيم ، فتظاهر بالعطف على شعوب ألفت فى روعها أنها  
متحلقة ، وألحت فى تكرار هذا المعنى ، حتى صدقها المجنى  
عليهم ، وادعت أنها تنشر الحضارة والعمرات فى ربوع  
الأرض ، وبنت على هذا الادعاء الباطل القول إن عليها  
الزاما ، وفى عنقها أمانة ، كى تجعل من المسئولية سببا لحق

تدعيه ، وفي عالم صاحب ضال ، جازت العقلة ، ونجحت الحيلة ، ولو إلى حين . خذ مثلاً بريطانيا وجشعها معروف ، وهي في جسم البشرية كالديدان في جسد الانسان ، لا تعيش من خيرها ، لأنها صخرة باردة مجده ، ولكتها تأكل طيبات غيرها ، وتنهب بغير حساب ، وكانت في ماضيها الطويل ، نهارة للفرص ، قلعت أدواراً ، ليس هنا مقام الكلام عنها ، حتى احتلت هذه البلاد في سنة ١٨٨٢ بقوة الحديد والنار ، واصعة نصب عينها انتزاع قناة السويس لنفسها ، وبعدئذ تعمل مخالبها وأنيابها في آسيا وأفريقيا كما تريد ، ثم اذا قالت بريطانيا للجماعة الدولية تارة وللمجني عليهم تارة أخرى !

قالت إنها غضبت بسبب عدوان المكاري على الماطي ، واضطرت باسم الانسانية ، لأن تدق مدينة الاسكندرية بيران مدافعها ، وتدكها دكا ، انتصاراً للماطي المظلوم ! ثم قالت إن وجودها في هذه الديار مؤقت ، ريثما تصلح أحوالها المالية ، كي يحصل الدائنون الأوروبيون على قروضهم وفوائد القروض ، وإن يوم الجلاء قريب ، ولما شدد عليها التكبر ، وعنفها الذين أبوا عليها أن تنفرد بالغنمة ، قالت إنها مضطرة لخدمة هؤلاء المساكين من ذوى الجلايل الزرقاء ، وإنقاذهم من عسف الأتراك ، واستبداد الحكام . ولما زالت الدولة العثمانية من الوجود ، بحثت في جمعيتها عن وقود للدعاية ، وسند تتذرع به ، فقالت إن لها مصالح ، ولها

مواصفات امبراطورية ، ونجحت هذه الدعاية ، حتى كان سعد زغلول أول سيامي ، فأرض بريطانيا على أساس هذه المصالح المزعومة ، وانتهت القضية المصرية بمأساة معاهدة سنة ١٩٣٦ ، التي وضعت يوحى من تلك المصالح البريطانية ، وأهدرت مبادئ القانون الدولي العام ، وتظاهرت بريطانيا أمام العالم بأنها حارس السلام ، وأنها مضطرة للاحتفاظ بمرکزها في مصر لتنقذ مصر من الفاشية والنازية ، ولما ماتت الفاشية والنازية ، قالت أخيراً إنها تحتل قناة السويس ، وفاء لالتزامات دولية ، ودفاعاً عن العالم الحر .

والمثل الآخر ، فرنسا في شمال أفريقيا ، تقول إنها مسئولة أمام الله والناس عن سعادة ورفاهية المسلمين ، في تونس ومراكش والجزائر ، وهي تؤدي هذا الواجب على أحسن ما يكون ، فتأخذ من شمال أفريقيا ملايين الأطنان من الفوسفات سنوياً ، وتمتلك سوق الفوسفات في العالم ، وتزرع مئات الألوف من الأفدنة كروماً ، تعصرها نبيذاً ، وتملاً جيوب قلة من الرأسماليين الفرنسيين ، بل تملأ خزائنها بالقناطير المقتنطرة من الذهب والفضة ، وذلك لاسعاد المسلمين في شمال أفريقيا ، وسلطان مراكش عدو المسلمين ، وحجر عثرة دون هذه السعادة ، فجرائم التي والتشريد باسم الانسانية ، وهكذا وهكذا ... !!

هذا الجبروت الدولي محتاج إلى دعاية ، ولذلك لا يستطيع

ديموقراطيات الغرب أن تعيش بغير دعاية ، والدعاية ، وباسم الانسانية والعالم الحر ، زحفت الولايات المتحدة على الشرق الأوسط كالجمي الوافدة ، لمتص منه البترول ، وتقول الآن إنها تحتكر خمسة وسبعين في المائة من بترول العالم ، ومن أجل سلام العالم تنبش أمريكا أرض أفريقيا وأراضي الشرق الأوسط ، وتحتل الصحارى بشركات الاستغلال ، وابتزاز المال ، كما تحتلها بالمطارات ، وتفرق الأسواق ، وتحاول الاحتكار ، والدعاية تقول أنها خادم الانسانية ، وحارس العالم الحر ، وصاحبة النقطة الرابعة ، وغير ذلك من مخدرات السياسة الدولية ! !

وأولئك الكفرة الفجرة ، من أساطين الاستعمار البغيض ، مستهدفون بدورهم ، لقوة أخرى ، شرهة ومتعطشة للاستعمار ، وهي الدكتاتورية الحمراء ، وقد آلت على نفسها أن تدمر العصاية الفريسة ، لترث عنها مناطق النفوذ والاستغلال ، وسلاحها هو الدعاية ، تسلطها على الشعوب المغلوبة على أمرها ، وتحاول باسم الحرية التي ترنو إليها الأبصار ، أن تعطي برشام الشيوعية لهذه الشعوب. فتدوخلها وتحكمها عن رضا واختيار ، وكذلك تسلط الدعاية ، على أنظمة الحكم في بلاد الديموقراطية الاستعمارية ، لتقول لشعوب تلك البلاد إن هذه الديموقراطية ، شيء عفن ، وإنها تاجر حرب قديم ، والشيوعية هي الأمن والسلام ، ومثلها

الأعلى جنة أرضية ، فتضطر الديمقراطية للقيام دفاعاً عن نفسها بدعاية مضادة ، بداخل بلادها ، وخارج تلك البلاد ، لتحفظ بثقة شعوبها أولاً ، وسكوت واستسلام مستعمراتها ، في الوقت نفسه .

وبضاعة الديمقراطية في دعايتها ، هي الحرية ، حرية الفرد ، والحقوق اللصيقة بالفرد ، ومسكينة هذه الحرية ، التي اتمنتها الدعاية السياسية ، حتى أصبحت في بعض الأوقات ثقيلة على السمع ، كريهة في نظر المظلوم ، والحق ينقلب باطلا إذا جرى على ألسنة من لا يؤمنون به ، ولا يعملون بما يقولون .

وتختلف الدعاية ، في النظم الديمقراطية باختلاف نفسيات الشعوب وأمزجتها وتقاليدها وتاريخها ، ومثلها في الحياة ، فالشعب الفرنسي مثلاً به أنانية وجنوح إلى الفردية ، ومن طباعه الريبة والنخبة ، وهذه صفات تؤثر على حكوماته ، فتجعلها غير مستقرة ، ومع ذلك يتوق الفرنسي دائماً لأن يظهر فرنسا أمام العالم بأنها بلاد عظيمة ، ولها تاريخ مجيد ، وأنها متارة الثقافة والعرفان ، وتلك هي لغته في دعايته الخارجية ، والانجليز يفكرون في هدوء ، وحاسة النقد عندهم قوية ، ولصكهم جبلوا على الطاعة والاقبياد لقوانينهم وحكوماتهم ، بدافع من تعلقهم ببلادهم ووطنيتهم التي تغطي عليهم قبل كل اعتبار ، وتنسج دعايتهم الخارجية بالروح التجارية ،

وشهوة التسلط على غيرهم ، وشعب الولايات المتحدة الأمريكية من معدن آخر ، فهو شعب مزهو ، مفتون بنفسه ، ويدعى فيما يدعيه ، أنه أكبر شعوب الأرض تمتعاً بالحربة وغيرة عليها ، في حين أن أجهزة الدعاية الفنية تقود الرأي في بلاده ، بأسلوب لا يختلف كثيراً عن الأساليب الدكتاتورية ، وقد سبق أن ذكرنا أن الدعاية لعبت دوراً هاماً في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية فحررتها من نير الانجليز وصانت وحدتها في القرن الماضي ، وساعدتها في الحرب العالمية الأولى ، ولذلك احتلت الدعاية مكاناً هاماً في تلك البلاد ، ولكن الشعب الأمريكي ، لا يطبق الدعاية التي تأتيه ، خلافاً لمعتقداته ونظراته للحياة ، وبكره الأمريكي أية محاولة تبذل ، لتغيير نظام حياته أو حمله على العدول عن فكرة ولو كانت خاطئة ، والرأي العام في أمريكا هو القانون ، وترتكز سيادة الدولة على الرأي العام وهو أساس أنظمة الحكم وهو الذي يعين وظائف الدولة الرسمية ويملي عليها ما تتخذه من قرارات ، وهذا صحيح من الناحية النظرية ، ولكن الواقع هو أن الشعب الأمريكي يساق كالقطعان إذا نجحت دعاية حكومته في توجيهه ، بشرط ألا تفرض عليه هذه الدعاية فرضاً .

ونشاط الأمريكيان في الدعاية التجارية معروف ، وتنقسم دعايتهم السياسية بهذا اللون من الاعلانات ، وهم يطبقون القواعد العلمية والفنية في دعايتهم التي تنجح في بلادهم لأنهم

بقطرتهم يقفون غالبا موقفا سليا من الأحداث ، حتى يظهر القائد أو الحاكم الذى يدلهم على الطريق ، وبالرغم من أن الحرية الشخصية غالبية في الولايات المتحدة الأمريكية إلا أن استقلال الرأى هناك ضئيل ، واختلاف وجهات النظر محدود ، وكما تنتج الولايات المتحدة الأمريكية السيارة بالجملة ، يفكر أبنائها بالجملة ، وهذا هو السبب فى ضعف استقلال الرأى هناك .

ومن خصائص الرأى العام الأمريكى الذبذبة وعدم الثبات على حال ، فالشعب الأمريكى سريع الانفعال ، وتستويه الدعاية بسهولة ، بشرط أن تكون متقة فى الإخراج والصناعة ، حتى وإن كانت دعاية مبتذلة ، ولا أدل على ذلك ، من أن انجلترا قد استطاعت ، بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة أن تسقط الرئيس ولسون فى انتخابات رئاسة الجمهورية على الرغم من أن ولسون هذا هو صاحب النقط الأربعة عشر التى كانت مفخرة الأمريكين والمثل الظاهر فى السنوات الأخيرة موقف الشعب الأمريكى من قضية فلسطين ونجاح اليهودية الدولية فى التسلط عليه ، فتعد الولايات المتحدة الأمريكية أخصب تربة للدعاية ، وتستطيع الدعاية البارعة أن تغزو الرأى العام الأمريكى وتوجهه الوجهة التى تراها وتسلبه وعيه ومنطقه ، ومع ذلك يتظاهر الرجل الأمريكى بغير هذا ويدعى أنه يستطيع أن يقود غيره .



ولا نستطيع أن نقول ، كما تقول أبواق الدعاية ، إن الديموقراطيات تكفل الحرية الكاملة لشعوبها ، وإن أنظمتها قائمة على أسس من الحرية الحقّة ، فقد تكون في بلاد الحكم الديموقراطي عبودية مستترة لا تقل في وطأتها عما يفرضه نظام الحكم المطلق ، وإنما الخاصية الهامة للدعاية في البلاد الديموقراطية هي أن الدولة لا تحتكر الدعاية وتترك للأفراد والهيئات القيام بالدعاية ، وذلك مع قيود شديدة تفرضها في أزمّة الحروب وفي الأوقات الاستثنائية .

وفي فرنسا نص في قانون سنة ١٨٨١ على حرية الصحافة ، وظل هذا القانون نافذ المفعول إلى أن قامت الحرب العالمية الثانية ، وبعد الحرب العالمية الثانية اضطرت فرنسا لأن تعصف بهذه الحرية لاعتبارات عليا رأتها ، فحكومة فرنسا المؤقتة برئاسة الجنرال ديغول ، أصدرت قوانين من شأنها مصادرة كل صحيفة صدرت في ظل الاحتلال والاستيلاء على مطابع تلك الصحف وأموالها ، وما زالت هذه القوانين معمولاً بها حتى الآن ، بل إنهم ذهبوا إلى ما هو أبعد من ذلك ، فحرموا على الكتاب الذين اتهموا بممالأة الاحتلال والعمل في ظله أن يكتبوا لشعب فرنسا مرة أخرى . وهذه القيود التي فرضت بالنسبة للذين اتهموا بمعاونة العدو لم تمنع من النص على حرية الصحافة في الدستور الجديد . ومع ذلك تتسلط الحكومة على الصحافة عن طريق إدارات رسمية

بطرق خفية وخصوصا في المسائل الخارجية وهناك إدارات بعينها في وزارة الخارجية الفرنسية مختصة بهذا الجانب في حياة فرنسا الصحفية . وهذا لا يمنع الفرنسيين من التفتي بحرية الصحافة والقول أنها تقليد في بلادهم .

وفي بريطانيا تتمتع الصحافة بمصيب من الحرية أكثر منها في أي بلد آخر بل أنهم يعتبرون حرية الصحافة أساس الحياة السياسية وأنظمة الحكم في المملكة المتحدة وهذا لا يمنع من القيود التي فرضها القانون لغرض واحد هو منع إعلان الأخبار الرسمية التي تعتبر من قبيل الأسرار ، ولبريطانيا سياسة علنية وسياسة سرية وهذه السياسة السرية قد تعرفها الصحافة ولكن إمالة اللثام عنها جرم كبير والعقاب عليه شديد ، ولم نسمع عن حالات خالف الانجليز فيها ذلك القانون فصحافتهم تتمتع بدرجة من الوعي ، تقوم مقام القانون وبريطانيا تتمتع بنظام برلماني عريق ومتأصل منذ مئات السنين ، والنظام الحزبي هناك مستقر ومعروف ، وتبدو المعارضة ، كأقوى ما تكون بداخل مجلس العموم ، ويتردد صدى هذه المعارضة في الصحف كما أن هناك صحفا تعارض الحكومة إلا أن لهذه المعارضة حدودا تقف عندها من غير قانون ، فهناك مسائل لا يختلفون عليها وهي المتصلة بسياسة بريطانيا البحرية والسياسة البريطانية الاستعمارية ، وقد يتفق حزب المعارضة مع الحكومة خارج اجتماع مجلس العموم على

إلقاء بيانات في صيغة معينة أو تقديم استجواب على نحو معين ، ويكون الخلاف في وجهات النظر مجرد مسرحية يراد بها التأثير على العالم الخارجي وإنما تحبك هذه المسرحية بمعرفة الموظفين الدائمين بوزارة الخارجية البريطانية وهناك أسرار لا يمكن بأية حال أن ترد على ألسنة رجال المعارضة ، خذ مثلاً علاقة بريطانيا مع ألمانيا النازية قبل الحرب العالمية الثانية ، كان الانجليز يعرفون أن هتلر بعثت تشرشل كما بعثت العابد الشيطان ، فكان تشرشل إذا تصدى لمهاجمة ألمانيا في بعض الأوقات وهو يجلس في كرسي المعارضة ، يستهدف لمحات شديدة وهجوم عنيف من أنصار الحكومة ثم يخرج من الجلسة لرأس اجتماع إحدى اللجان البحرية أو الحربية وهي تلك اللجان التي كانت تعد الكفن لألمانيا ، وخذ مثلاً البيانات التي ترد على ألسنة بعض زعماء حزب العمال أخيراً في نقد سياسة المحافظين وتشبهم بقناة السويس وهذه البيانات يتفق عليها في وزارة الخارجية البريطانية كسكنات وقتية للرأي العام في بلادهم ، والنفاق السياسي فن نبغ فيه الانجليز من زمن بعيد .

والانجليز قد يخالفون حكومتهم في سياستها الداخلية ، ويضيقون ذرعاً بالقيود التمثيلية التي تفرضها عليهم مثلاً ، ويتبرمون بفداحة الضرائب التي تأكل رؤوس أموالهم ، ومع

ذلك لا يزيد هذا السخط عن تقد هادىء يقال فى المجالس الخاصة ، مع الطاعة التامة للحكومة ولل قانون ، بغض النظر عن رأى كل فرد فى الحكومة أو فى القانون . والصحافة البريطانية لا تجنح أبدا إلى العنف فى انتقادها لسياسة الحكومة وليس من عادتها أن تحمل عليها حملات شديدة لاذعة بل تعمل الصحافة المؤيدة والمعارضة على تبير مهمة الحكومة ولا تقيم وزنا للمصلحة الحزبية ، والصحافة فى انجلترا مهنة تجارية رابحة ، لا لأنها صحافة مرتشية أو مأجورة ، ولكن لأنها شديدة الرواح فكل بيت فى بريطانيا يقرأ على الأقل صحيفة أو اثنتين ، ولذلك تطبع كل من جريدتى « الديلى هيرالد » و « الديلى ميل » يوميا مليونى نسخة على الأقل ، وتطبع جريدة « نيوز أوف ذا ورلد » سبعة ملايين نسخة .

والشعب الأمريكى حريص على مجارة أبناء عمومه ، الانجليز فى أمور كثيرة ، ومنها استقلال الصحافة بالنسبة للحكومة ويطالب دائما باعطاء الصحافة كل الضمانات التى تكفل هذا الاستقلال وقد وصنعوا هذه الضمانات مبكرا فى دستور سنة ١٧٩١ ومنذ الثلث الأخير من القرن الماضى لا توجد صحيفة واحدة فى الولايات المتحدة الأمريكية تعد لسان حال الحكومة أو تتبع السلطات الرسمية ، وللأحزاب صحف ، كما هو الحال فى بلاد كثيرة ومع ذلك لا يستطيع الحزب الحاكم أن يقدم وهو فى الحكم أية معونة

من الدولة للصحف التي يملكها ، وقد أرمى القضاء الأمريكي دعائم استقلال الصحافة عن الحكومة ، وأعطى بأحكامه حريات واسعة للصحافة ، وضرب بشدة على يد أية حكومة حاولت المساس بهذه الحرية بطريق مباشر أو غير مباشر واعتبرت هذه الأحكام أن أى إجراء أو قانون يحد من حرية الرأي عمل غير دستوري ، وفي تفسير هذه الحرية قال القضاء الأمريكي في عديد من أحكامه أن لكل صحيفة الحق في الوقوف على الأخبار من مصادرها الرسمية ولا تستطيع هذه المصادر أن تأتي عليها ذلك وإلا كان تصرفها غير دستوري ، والمبدأ الراسخ في الولايات المتحدة الأمريكية هو أن الصحافة هي الممثل الشرعي للرأي العام ولهذا الممثل الشرعي حرية لا تحد وحقا لا بقيد في المشاركة في إدارة شؤون الوطن ، إذ الصحافة مسئولة عن مستقبله .

ولكن الحرية السياسية ليست هي كل شيء في حياة الصحافة ، فالديموقراطية التي استطاعت أن تحرر صحافتها من سلطان الحكومة قد عجزت عن تحريرها من الرأسمالية ، وفشلت في كفالة الحرية الاقتصادية والصحافة في تلك البلاد وخصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية مطية ذلول لأصحاب رؤوس الأموال ، وبتعبير آخر لليهودية الدولية التي تهيمن على البنوك ، كما تهيمن على سوق الأوراق المالية ، وتنام فوق الذهب المكثرت تحت أقيمتها .

في اولايات المتحدة الأمريكية بلغ عدد الصحف اليومية ألف وسبعائة صحيفة ، تطبع أربعين مليون نسخة في اليوم ، وتعد مؤسسات تجارية ، تسعى وراء الربح ، فلا يعنى مدير سياسة الجريدة هناك أن يدعو لفكرة ، تكرر لها الصحيفة حياتها ، أو أن يتخذ موقفا معينا في الخصومات السياسية فيؤبد الحكومة أو يعارضها ، ولكنه يقدم للقراء كل يوم مائة أو مائة وخمسين صحيفة محشوة بالمعلومات الطريفة ، التي تستهوى القارئ ، فيقبل على قراءة الصحيفة باستمرار ، وتهتم الصحيفة بالحصول على نصيب كبير من الاعلانات التجارية ، ويخصصون صحيفة واحدة لمقالات الرأى ، وتسمى الصحيفة الافتتاحية editorial page وقليل من القراء هم الذين يهتمون بهذه الصحيفة ، وإنما يفضل القارئ باب الفكاهة في الصحيفة Comics ، وبدلا من أضاعة الوقت في قراءة مقال سياسي ، يعطى للقارئ الأمريكى أن يقرأ الصباح التي تسديها إليه الصحيفة في باب التدبير المنزلى ، والطهى والمائدة ، وغسيل الملابس ، وما إلى ذلك ، مما نعهده نافها ، ولا نستطيع أن نقرر ذلك إلا بأن الشعب الأمريكى قد أُنجم بالنعمة ، فأصبحت الكاليات بالنسبة لنا ، من مستلزمات حياته ، وهذا لا يمنع ، طبعا ، من متابعة القارئ ، لسير الحوادث العالمية ، ولهذا الشعب كتابه الذين يقبل على قراءة ما تجود به قرائهم ، وهؤلاء يجب أن يكونوا ممتعين بشهرة عالية ، مثلهم مثل كبار الممثلين والممثلات ، من نجوم الشاشة البيضاء ، فالسيدة

« دورتي طومسون » والكاتب « والتر ليبمان » يكتب أيهما مقالة ، فينشر المقال في وقت واحد ، في عشر صحف يومية على الأقل .

ولا تتمتع الصحافة ، في الولايات المتحدة الأمريكية ، بتفوذ كبير لدى الجمهور ، وتأثيرها على الرأي العام السياسي محدود ، فقد شنت حملات على روزفلت لاسقاطه في الانتخابات ، وباءت هذه الحملات بالفشل ، وكذلك شنت حملة صحفية كبيرة ضد « هاري ترومان » لاسقاطه في سنة ١٩٤٨ ، ومع ذلك أعيد انتخابه رئيسا للولايات المتحدة .

وتبدو سيطرة رجال المال على الصحافة الأمريكية ، في سياسة الاحتكار ، ذلك أن عددا من دور النشر يحتكر الصحافة ، فهناك ستة وخمسون دارا تملك أكثر من ثلاثمائة صحيفة يومية كبيرة ، ويحدث أن دارا واحدة تملك عشرين صحيفة يومية ، ومن هذه الدور « هيرست » Hearst و « جانيت » Gannet و « سكريبس - هوارد » Scripps - Howard ، وهذا الاحتكار يؤثر على الفكر السياسي ، ويتنافى مع المبادئ الديمقراطية . وقد فشلت الجهود التي بذلت لعلاج هذه الحالة .

ولهذا الاحتكار والتركيز مثيل في بريطانيا ، بل إن شركات الصحافة البريطانية أقوى شوكة من زميلاتها الأمريكية ، ففي بريطانيا لوردات الصحافة ، وهم « روزرمر »

Rothermere و « بيفر بروك » Beaverbrook و « كامروز » Camrose و « كيمسلاوي » Kemsley و كل واحد من هؤلاء يحتكر عشرات الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية والشهريّة والمطبوعات الدورية . وباستثناء جريدة « التيمز » Times التي تعتبر مستقلة طبقاً لنظامها الأساسي ، وصحيفة « المانشستر جارديان » Manchester Guardian وصحيفة « نيوز كرونيكل » News Chronicle ، اللتان تدعيان أنهما مستقلتان ، نستطيع أن نقطع بأن الصحافة البريطانية خاضعة لاحتكار عصابة من الرأسماليين . وهذه الحالة الصارخة أثارت مناقشة حادة ، في مجلس العموم ، في سنة ١٩٥٠ ، وتألفت لجنة تحقيق برلمانية لدراسة هذه المشكلة ، وانتهت المناقشة ، عند هذا الاجراء .

وفي فرنسا ، توجد شركات للصحافة ، ليست على غرار الشركات البريطانية والأمريكية ، ولكن الحكومات الأجنبية ، وفي مقدمتها حكومة إنجلترا ، تشتري أمهم بعض الصحف الكبرى ، فتسلط عليها ، ومنذ أن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، يشتد خطر الاحتكار والتركيز في فرنسا ، وتموت بعض الصحف تباعاً ، لأن مواردها لا تكفيها ، وخصوصاً إذا كانت من صحف الرأي التي تعتمد على عطف القاري . وأريحية ، والصحف هناك تمتد يدها لوزارات



الخارجية ، وللحكومة عموما ، وتحصل على إعانات تحت  
ستار الاشتراك ، وبعضها يعتمد على ميزانيات الأحزاب التي  
تصدرها ، وتستمرى بعض الصحف وبعض الصحفيين  
الرشاوى التي تقدم إليها من السفارات الأجنبية ، لاصدار  
أعداد خاصة عن بعض البلاد أو كتابة مقالات ، بفرض  
الدعاية ، بشرط ألا تتعارض مع سياسة فرنسا الخارجية ،  
وتستغل بعض بلاد الشرق الأوسط ، وتحصل منها على مبالغ  
لا يستهان بها ، ولا تحقق الفائدة المرجوة ، لأن القارئ  
القرنسي ذكي ، ويكشف مقالات الدعاية بسرعة ، فلا يقرأها ،  
أو يتسلي بها ، وهو ساخر . وكلما أعطيت هذه الصحافة  
مالا ، قالت هل من مزيد ، وإلا فالجفوة والمقاطعة ،  
أو الهجوم وحملات التشهير ١١



وتعاني السينما في فرنسا مشقة كبيرة ، فهي لا تقدر على  
منافسة صناعة الأفلام الأمريكية ، وذلك لأنها لا تملك الموارد  
المالية والامكانيات المادية التي تساعد على التصدي للفيلم  
الأمريكي ، كما أن المشرع يقف موقفا سلبيا ، ولم يمنحها  
الحماية اللازمة . ويقتصر دور الدولة في السينما على رقابة  
الأفلام ، رقابة تستهدف الدفاع عن مصالح فرنسا الكبرى ،  
وحماية الآداب ، ومنع الاسفاف ، في إثارة الغرائز . وقد

فقدت السينما الفرنسية بعض استقلالها لما تأسس «المركز الوطني للسينما» Centre National de la Cinematographie ، وهو مرفق من مرافق الدولة ، يقوم بصنع أفلام إخبارية ، وأفلام علمية أو ثقافية ، وتساهم الدولة في موارد هذا القسم ، وتفقاته ، ولا تبشر صناعة السينما الفرنسية ، في مجال المنافسة الدولية بمستقبل كبير .

والإذاعة اللاسلكية الفرنسية ، تعاني نفس المتاعب ، فصوتها ، خارج فرنسا ، يوشك أن يضيع ، ولا يرتفع إلى جانب الإذاعات البريطانية والأمريكية والروسية مثلاً . ومنذ قيام الحرب العالمية الثانية احتكرت الحكومة الفرنسية محطات الإذاعة اللاسلكية ، ولكنه احتكار ديموقراطي ، وتتمتع الإدارة المشرفة عليه بشيء من الاستقلال الذاتي ، ولكن هذا الاستقلال لا يمنع من تأثر الإذاعة بسياسة الهيئة الحاكمة .

ولكن اتحاد الإذاعة البريطانية ، يلعب دوراً خطيراً ، في رفع المستوى الثقافي للشعب ، وصقل روحه الوطنية ، وتدعيم ثقته بنفسه ، وكذلك في خدمة السياسة البريطانية ، والسعاية لها في العالم .

وتعتبر الإذاعة البريطانية ، من الناحية النظرية ، وسيلة دعابة في يد الحكومة . والاتحاد يعتبر مؤسسة عامة ، أنشئت بمرسوم ملكي ، ويشرف على إدارتها مكتب يتألف من

خمسة محافظين ، تعيينهم الحكومة لمدة خمس سنوات ، بقرار يصدر من مجلس الوزراء ، ويعاونهم عشرون لجنة استشارية . ولا يعد اتحاد الاذاعة مؤسسة تجارية أو مرفقا عاما ، وإنما هو إدارة تتمتع باستقلال ذاتي ، وتعتمد ماليا على ضريبة الراديو ، وعلى الاعلانات التجارية . ولم يكن الغرض من إنشاء الاتحاد الحصول على الربح ، وقد نص في نظامه الأساسي على أنه بمثابة « وكيل عن الأمة » ، وهذا التعبير رسم سياسته العامة ، وحدد اختصاصه ، وكذلك حدد العقد صلته بالوزير المسئول Post master general ، وهو الذي يشرف عليه ، ويسأل عن الاذاعة أمام البرلمان . والأصل هو تمتع الاذاعة البريطانية بحرية مطلقة فيما عدا قيدين يردان على هذه الحرية : والقييد الأول هو التزام الاذاعة اللاسلكية باذاعة أي برنامج أو أخبار تطلب الحكومة إذاعتها ، والقييد الثاني هو أن الوزير المختص له حق الفيتو ، الذي يستعمله بالنسبة لأي برنامج أو جزء من برامج الاذاعة ، والاذاعة اللاسلكية على اتصال دائم بمجلس الوزراء للاتفاق على البرامج ، والتفاهم يجري بين الهيئتين في جو مشبع بالحرص على مصالح البلاد العليا ، حتى أن حق الفيتو لم يستخدم قط . وتشدد الرقابة في أوقات الحروب والأزمات السياسية . فالاذاعة اللاسلكية البريطانية مؤسسة وطنية تعمل لحساب الشعب البريطاني ، وهي لا تنفق خارج

حلبة السياسة ، بل تشترك في مناقشة المشكلات السياسية الحيوية ومعالجتها، بأسلوب ثقافي ، لا ينحاز لفريق أو لآخر . وفي أوقات المعارك الانتخابية ، تمنح الاذاعة اللاسلكية للأحزاب والمرشحين فرصا متكافئة ، وتعاملهم على قدم المساواة التامة ، بغض النظر عن لون الحكومة ، وتعقد مساجلات وحوارا بين النواب المتنافسين ، وتعطى المستمعين صورة واضحة لمختلف وجهات النظر ، ومن خلال هذه المساحلات الطريفة ، تذيب نشرات الأخبار ، وتعلق على الموقف بمنتهى الحيدة والحذر . وقد وصلت هذه الاذاعة من حيث مستواها الفني ، وقوة المذيعين ، وحسن الاخراج ، والثقافة الممتازة ، إلى مستوى رفيع ، جعلها صرحا من صروح بريطانيا التي تعتمد عليها في حياتها الدولية .

وتبذل بريطانيا جهدا المستميت في صناعة السينما واستخدامها كوسيلة دعاية . وقد تصدى لهذا العمل رجل واحد من رجال الأعمال ، اسمه « مير آرثر رانك » Rank وقد بذل أموالا طائلة ، ليرفع مستوى السينما الانجليزية ، ويتغلب على منافسة الفيلم الأمريكي ، وكان هدفه القيام بواجب وطني ، بجعل السينما سفيرا مستقلا لبريطانيا بين أرجاء العالم كله . وقد أثمر جهده ، وحصلت إنجلترا ، على نتائج ، لا بأس بها .

أما الولايات المتحدة الأمريكية ، فقد أضافت إلى السينما

محطات أجهزة التليفزيون . ولديها من هذه المحطات أكثر من ألف محطة إرسال ، وفي البيوت مالا يقل عن مليون جهاز تليفزيون . ويقدر أن نسبة الذين يواظبون على الاستماع للإذاعة يوميا بأكثر من ثمانين في المائة من السكان ، والإذاعة كالمصحف مصابة باحتكار الرأسمالية ، فهناك أربع شركات تمتلك محطات الإذاعة ، وهذه الشركات هي :

- (1) National Broadcasting Company
- (2) Columbia Broadcasting System
- (3) American Broadcasting Company
- (4) Mutual Broadcasting Company

وكل واحدة من الشركات المذكورة تهيمن على عدد يتراوح بين مائة وخمسين وثلاثمائة محطة إذاعة لاسلكية . وتتصل هذه المحطات بخطوط تليفونية مباشرة ، تسمح لها بإذاعة برنامج ما ، من جميع المحطات ، في وقت واحد .

وتستغل الشركات الخاصة المشار إليها محطاتها اللاسلكية ، في ظل قانون المنافسة الحرة ، والإعلانات التجارية ، هي أهم الموارد التي تعتمد عليها ، وفي سنة ١٩٤٤ ، بلغ إيرادات محطات الإذاعة من تلك الإعلانات أكثر من ثلاثمائة وستة وثمانين مليونا من الدولارات .

وبسبب التقدم التقني الهائل الذي بلغته هذه الإذاعة ، وتأثيرها القوي على الرأي العام ، اضطرت حكومة الولايات

المتحدة الأمريكية أخيرا ، للتدخل في موضوع الاذاعة ، فشكلت لجنة اسمها Federal Communications Commission ، لتنسق عمل الشركات المختلفة ، بحيث يكون متمشيا مع حاجات الشعب ، محققا لمصلحة ، وهذه اللجنة هي التي تمنح التراخيص استغلال الاذاعة ، وتحدد طول الموجات وتراقب نشاط الشركات . ووضعت تشريعا يمنع الاحتكار ويخفف من غلوائه ، ويكفل المنافسة الحرة ، في هذا المضمار .

واتخذت الاحتياطات المختلفة ، حتى تكون الاذاعة الاسلامكية في خدمة الشعب الأمريكي وحده . وتتمتع الاذاعة الاسلامكية الأمريكية بشهرة عالية ، من حيث النظام والدقة الفنية ، والمستوى الثقافي . وقد سجلت في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية خدمات جليلة ، في العصر الحديث ، إذ رفعت الروح المعنوية في سنوات الحرب ، وأججت نيران الوطنية ، وحفظت وحدة البلاد ، وعالجت مشكلات سياسية واجتماعية دقيقة ، والشعب الأمريكي عبارة عن أخلاط من ملالات مختلفة ، وقد عرفت الاذاعة ، كيف ترضى كل هؤلاء ، وتحلهم مواطنين أمريكيين ، قبل أى اعتبار آخر ، ولها براخ خالدة نذكر منها : « هذه أمريكا » و « جامعة شيكاغو حول مائدة » . وقبيل الحرب العالمية الثانية ، قامت محطات الاذاعة الأمريكية بالدعاية للخارج ، في برامج خاصة ،

وسلّطت موجاتها القوية على بلاد أمريكا الجنوبية ، كما تسلطها الآن على أوروبا ، والشرق الأوسط ، لخدمة سياسة أمريكا الاستعمارية .

وأهمية السينما في حياة أمريكا ليست بخافية على أحد ، فالسينما تعد الثالثة ، في ترتيب الصناعات الأمريكية من حيث الأهمية . وتنتج الاستوديوهات الأفلام بالجملة ، وتغطي بها العالم كله ، والشعب الأمريكي من أكثر الشعوب تردداً على دور الخيالة ، ولكنه يفعل ذلك من باب التسلية ، ولا يطبق أفلام الدعاية . ومع ذلك لعب الفيلم الأمريكي دوره ، في مزج العناصر المختلفة ، وصب أفكارها في بودقة واحدة ، واستخدم الفيلم في الدعاية السياسية والاقتصادية لأمريكا على أوسع نطاق . وفي الداخل استغلت الحكومة الأمريكية الفيلم في مكافحة البطالة ، وفي علاج كثير من المشكلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .



في النظم الديمقراطية ، لا تنفرد الدولة بالدعاية ، فتقوم إلى جانبها هيئات سياسية واجتماعية ومهنية بمختلف أعمال الدعاية ، وحق تكوين الجمعيات ، يعتبر من الحقوق الأساسية في البلاد الديمقراطية . وتلك الهيئات المختلفة ، هي التي توجه الرأي العام ، كما توجه سياسة الحكومة ، وتسمى في البلاد الانجلوسكسونية Pressure groups .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، حزبان يتبادلان الحكم ، ويتنازعان النفوذ ، وهما الحزب الديمقراطي ، والحزب الجمهوري . وكل مواطن أمريكي يعتقد مبادئ واحد من الحزبين المذكورين ، وهناك هيئات تعنى بالمسائل الاقتصادية أو المهنية ، ومنها :

- (1) Political Action Committee
- (2) National Association of Manufacturers
- (3) Farm Bureau Federation
- (4) National Council For the Prevention of the War.
- (5) Association of the Advancement of Colored People.

وتلك المؤسسات تستغل أساليب الدعاية ووسائلها ، فتستخدم الصحافة والسينما والراديو والمدرسة في خدمة الأغراض التي من أجلها تأسست تلك الهيئات . ولها من الموارد والامكانيات ما تستطيع به أن تقيم البلاد وتقدمها بالدعاية لأي معين أو خطة أو برنامج ، فتعقد اجتماعات ومؤتمرات كبيرة ، وتحاول أن توحى بأنها تعبر عن الرأي العام . وكثيراً ما تتمكن من حمل الحكومة على الاستجابة لها ، والتزول على إرادتها . ويعتمد نجاحها على ما يكون لديها من البيانات والوثائق والبراهين المقنعة ، كما يعتمد على قوة الدعاة ومهارتهم الفنية ، وشخصياتهم الممتازة ، التي تحمل



على الوثوق بهم ، ويقع الاختيار على هؤلاء عادة ، من بين أعضاء الكونجرس القدامى .

والأعمال التي تقوم بها هذه التشكيلات تفيد المشرع إلى حد بعيد ، لأنها إذا تناولت مسألة ، تتوفر على دراستها ، قبل القيام بالدعاية ، دراسة فنية عميقة ، فيجد الشارع بين يديه ذخيرة من البيانات والوثائق والآراء الصائبة التي يعول عليها . ولكن خطر هذه الدراسات ، هو أنها قد تنحرف عن جادة الصواب ، إذ تدس عليها من ذوى المآرب الخبيثة معلومات أو وثائق مزورة ، وقد تصبح هذه المنظمات من القوة والخطورة بحيث تنازع الدولة في سيادتها ، وتشاركها في وظائفها .

وقد أنجبت هذه الهيئات الشعبية رجالا تخصصوا في الدعاية ، واحترفوا هذا الفن ، فاشتغلوا مستشارين للرجال العموميين ، ويسمون *Public relations Counsellors* هؤلاء يقدمون استشاراتهم لقاء أتعاب يتقاضونها ، وكذلك يقدمون هذه الاستشارات للتجار ورجال الأعمال ، ويعززون نجاح روكفلر ، لمجهود أحد هؤلاء المستشارين ، واسمه « إيفي لى » *Ivy Lee* . ومن قبيل ما يقوم به مثل هذا المستشار دراسة الأسباب المؤدية إلى فشل أحد الرجال العموميين أو عدم ذبوع وانتشار صنف من البضائع ، وتعرف حالة الرأي العام بكل دقة والوسائل المؤدية للشهرة والنجاح ، وقد يسدى لرجل سياسى نصائح ويعطيه توجيهات

للملازمة من برنامجها وسياسته وبين استعداد الرأي العام واكتساب عدد من الأنصار له ، وقد يربط اسم عميله بأحدى المؤسسات أو الجمعيات الخيرية الذائعة الصيت أو بعمل إنساني كبير بغية التأثير على الجماهير .

ولهذه المنظمات مثيلاتها في بريطانيا ، ولكن المنظمات البريطانية أقل نفوذاً من زميلاتها الأمريكية ، ذلك لأن السياسة الأمريكية تخضع لنفوذ رجال الأعمال وللنشاط الخاص . والانجليز أكثر من غيرهم من الشعوب إقبالا على تكوين الجمعيات والأندية والهيئات المختلفة ، ذلك لأن الرجل الانجليزي إذا ما أراد أن يتخذ قراراً في مسألة ما ، يجب دائماً أن يستأنس بآراء أمثاله ، وهذه الصفة هي التي تفرهم بتكوين الجمعيات والتحلف إلى الأندية والاتصال بالمجالس واللجان المختلفة ، خصوصاً كلما أريدت الدعوة إلى الإصلاح أو إلى رأي معين ، ومصاحب الرأي أو الفكرة يدعو إلى تشكيل لجنة أو هيئة أو يتصل ببلجة أو هيئة قائمة ليروح رأيه أو فكرته عن طريقها . وبعض المنظمات صفة شبه رسمية ، ومن قبيل ذلك الجمعية الوطنية لحماية الطفولة ، وهناك مؤسسات كثيرة تابعة لأحزاب سياسية ، ومنها النقابات واتحادات العمال المتفرعة عن حزب العمال البريطاني ورابطة الملاك التي تعتبر قوة جبارة في جهاز حزب المحافظين والهيئات الصناعية والتجارية والزراعية والملاحية والمهنية عموماً تقوم بالدفاع عن طريق البرلمان وعن طريق الرأي العام عن الطائفة

التي أسستها والمصالح التي خلقت من أجلها . وجميع تلك المنظمات سواء كانت مؤسسة لأغراض مثالية أو لغايات عملية، تباشر الدعاية بشئ ألوأنها فتعقد المؤتمرات والاجتماعات وتنظم أحيانا مظاهرات وتتخذ كل ما من شأنه التأثير على اللجان البرلمانية وعلى الوزراء ، وقد يمتد نشاطها إلى خارج المملكة المتحدة .

ولا يوجد من هذه الجماعات في فرنسا إلا الهيئات المهنية ، فمنذ عشر سنوات تلعب النقابات دوراً خطيراً في الحياة السياسية وعن طريق هذه النقابات تستطيع الطبقة العاملة المشاركة في إدارة دولاب الحكم ، ولكن عضوية العامل في النقابة ليست فرضاً عليه ، ولذلك يقال إن النقابات لا تمثل الطبقة العاملة أصدق تمثيل .

ولا تتصل الأحزاب السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي فرنسا ، بالجمهور إلا في الفترات التي تقوم فيها بدعايتها الانتخابية ، فإذا ما انتهت المعارك الانتخابية يقل نشاط تلك الأحزاب واتصال أعضائها بالناس ، ولكن الأمر ليس كذلك في إنجلترا ، فالأحزاب السياسية هناك معروفة ومستقرة من زمن بعيد ، وهي وثيقة الاتصال بالرأي العام والخلاف بينها هو اختلاف في النظريات والآراء العلمية والاقتصادية ، ولا تكف هذه الأحزاب عن الاتصال بالرأي العام اتصالاً ثقافياً ، فيصول أعضائها ويجولون في مناطقهم

ويحاضرون ويخطبون ، ويعقدون المؤتمرات أحيانا ، وفي أحيان أخرى يقوم حزب من الأحزاب باستفتاء الرأي العام استفتاءً شعبياً في مسألة من المسائل وهذا الاتصال الدائم بين الأحزاب وبين الناس ، من الأسباب التي جعلت الأحزاب السياسية في بريطانيا أكثر استخداماً لوسائل الدعاية وأكثر تخصصاً فيها من مثيلاتها في البلاد الديمقراطية ، وأول من استخدم الفيلم السينمائي في الدعاية هو السير «جوزيف بول» ، وكان ذلك في سنة ١٩٢٧ ، وكان السير جوزيف المذكور رئيساً لقسم الدعاية في المكتب الرئيسي لحزب المحافظين .

والانتخابات النيابية هي مجال الدعاية السياسية بالنسبة للأحزاب ولرجال السياسة ، ولكي نضرب مثلاً ظاهراً لما يجري في الانتخابات في البلاد الديمقراطية ، ونبين حدة معارك الدعاية فيها ، نذكر المعركة التي نشبت في بلجيكا في ربيع سنة ١٩٣٧ بين رئيس وزرائها « فان زيلاند » وبين رجل سياسي آخر يقال له « دي جريل » ، وكان « دي جريل » قد عرف بميوله النازية ، وأراد أن يستخدم الوسائل الهتلرية في دعايته الانتخابية ضد « فان زيلاند » ، ولكن أنصار رئيس الوزارة استخدموا كل وسيلة في الدعاية ، وكانت أساليبهم مبتكرة ، وقد غطوا بروكسل بلافتات كتبوا عليها عبارات مختلفة ومنها « ركس معناه الحرب » وركس هذا هو اسم حزب « دي جريل » ، منافس رئيس الحكومة ،

واستخدموا ضمن ما استخدموا الحيوانات ، فأخرجوا بعضها من حديقة الحيوان ، وعلقوا عليها اللافتات ، ومنها جبل كان يحمل لافتة صكتب عليها « كل الجمال ستصوت في مصلحة دى جريل » وطاقوا في المدينة بحمار يحمل قماشا كتبوا عليه « سأنتخب دى جريل لأنى حمار ! » وهكذا من ضروب الدعاية الصاخبة التى ظلت المحافل السياسية فى أوروبا تتحدث عنها سنوات وقد انتهت بانتصار « فان زيلاند » على منافسه .

ومعارك الانتخاب فى الولايات المتحدة الأمريكية ، هى المعارك التى تستخدم فيها الوسائل العلمية والفنية ، على أتم ما يكون ، وتجرى الانتخابات هناك بين الحزبين : الجمهورى والديموقراطى ، وفى انتخابات رئاسة الجمهورية ، يتبارى هذان الحزبان ، ويستخدم كل حزب خبراء الدعاية والاعلان والمستشارين واللجان التى لا حصر لها ويستعين كل حزب بالهيئات والمنظمات التى تنصره ، وينفذ رجال الأعمال ، والعناصر المختلفة التى يتألف منها الشعب الأمريكى وكل حزب يحاول أن يكسب صداقة اليهود وتأيدهم فهم القوة المرجحة لمكفة فريق على آخر . عالمهم من كلمة مسموعة فى دوائر المال والأعمال وبسبب هيمنتهم على الصحف ومواردها التجارية ، ويحاول كل حزب أن يلمص بالآخر أقصى الاتهامات ويقنع الرأى العام الأمريكى بأن مرشحة هو رجل الساعة الذى

ترنوا إليه، الأيصار ، وفي انتخابات سنة ١٩٢٨ نجح الرئيس هوفر وكانت تأييد هوفر له من العوامل المرجحة ، وفي انتخابات سنة ١٩٤٠ كانت دعاية الحزب الديموقراطى فى تأييد روزفلت والفكرة القائلة بأن تغيير الرئيس والحزب قائمة يعرض البلاد لخطر محقق ، وكل وسائل الدعاية تعد فى هذه المعارك مشمرة ولكن أقوى الوسائل فى انتخاب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية ، هي تنقلاته فى سائر أنحاء البلاد ، وتحف به فرق من الدعاة من رجال السينما ورجال الصحافة ورجال الاذاعة ، وتطبع المنشورات بمئات الملايين وتنفذ الاجتماعات فى سائر المدن والقرى وتقام أقواس النصر وتنظم المهرجانات وتغطي الجدران بالصور والاعلانات ، بل تغطي واجهات الخوانيت نفسها بصور المرشحين ويستعملون الأتوار ليلا ، وفى ذلك يتفنن الدعاة ويطوف أنصار الحزب بالمنازل ويتصلون بمواطنيهم فردا فردا ليتأكدوا من الثقة والتأييد وتعيء الأحزاب كل قوى الدولة فى المعركة حتى تصبح الشغل الشاغل للأمة الأمريكية .



والدول الديموقراطية ، قد أخذت بحظ هوفر ، فى مجال الدعاية خارج بلادها ، كما فعلت بلاد الحكم المطلق ، وترجع هذه السياسة إلى الحرب العالمية الثانية والسنوات

النالية لها إذ أنشأت كل دولة إدارة دائمة للدعاية ضمن دولابها الحكومي . أما قبل الحرب العالمية الثانية ، فقد كانت تصنف تلك الإدارات الرسمية بعد أن تضع الحرب أوزارها .

ففي فرنسا ألغيت في سنة ١٩١٨ الإدارات التي كانت تقوم بالدعاية للحرب في الداخل أو في الخارج ، واكتفت فرنسا في سنوات ما بين الحربين العالميتين بنشاط دعائي محدود في المجال الدولي ، إذ اتسمت دعايتهم بطابع ثقافي ، وتنكرت تحت ستار توثيق الروابط الثقافية بالبلاد المختلفة ونشر الكتاب الفرنسي وخدمة السياحة والأغراض الفنية والرياضية ، وهذا لم يمنع من وجود إدارة صحافة واستعلامات بوزارة الخارجية الفرنسية كانت مهمتها تتبع ما يكتب في الصحف الفرنسية والأجنبية من المسائل التي تهم السياسة الفرنسية والاتصال برحال الصحافة والترويج للسياسة الفرنسية بواسطة شركة الأنباء الفرنسية وكانت تسمى « هافاس » وتزويد مراسلي الصحف والبعثات الدبلوماسية بالمعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيانات الخاصة بالثقافة ، ولكن تلك الإدارة كانت تقوم بمجرد عمل روتيني وكان نشاطها ضئيلا حتى تعرضت وزارة الخارجية لحملات شديدة في البرلمان بسبب هذا التقصير ، وشدد النواب عليها النكير في سنة ١٩٣٨ ومع ذلك لم تحرك الحكومة الفرنسية ساكنا ، إلا حينما أصبحت أخطار الحرب

محققة ، واكفهرت سماء الحياة الدولية حينئذ فقط فكرت في العدول عن طريقها التقليدية التي كانت تعتمد على تقديم معونات مالية للصحف الأجنبية ، وفي ٢٩ يوليو سنة ١٩٣٩ صدر مرسوم بإشياء قوميسارية عامة للاستعلامات تعمل تحت إشراف رئيس مجلس الوزراء ، ولما أعلنت الحرب حولوا هذه القوميسارية إلى إدارة ضخمة جند فيها المتخصصون والمتطوعون لخدمة فرنسا عن طريق الدعاية وأصبحت هذه الإدارة أشبه بما كينة حرية ضخمة ، وتركزت أعمال الدعاية السياسية في رئاسة مجلس الوزراء ، ولكن فرنسا أنشأت هذا الجهاز على عجل فكان يتقصه الخبرة والدراية الفية كما كانت تنقصه الحمية والعيرة الوطنية المستنيرة التي لاتتأني في يوم وليلة ، وانهارت فرنسا في سنة ١٩٤٠ فلم تنسج لها الفرصة لتقويم المعرج وإصلاح الخطأ ، ولما ظهر الجنرال ديحول على مسرح السياسة العالمية ، عني الفرنسيون الأحرار بموضوع الدعاية والاستعلامات ، وكانوا يعملون في هذا المضمار بتكليف من الحكومة البريطانية وبتوجيه وإرشاد الحكومة المذكورة ، بل كانت دعاية الفرنسيين الأحرار فرعا من فروع أجهزة الدعاية البريطانية ، ولما تحررت فرنسا في سنة ١٩٤٥ أنشأت وزارة للاستعلامات، ولكن سرعان ما عدلت عن ذلك واكتفت بوظيفة وزير



الدولة وهو المتحدث الرسمي بلسان الحكومة ويأشر في الوقت نفسه إدارة الاستعلامات الملحق بمجلس الوزراء .

ولكن الحكومة الفرنسية تقوم بالدعاية لأغراضها السياسية في الخارج تحت ستار الثقافة وبوساطة وزارة المعارف ، وفي هذه الوزارة ستة إدارات تدعو لفرنسا في الخارج دعاية مستترة وهي إدارة الآداب وإدارة المتاحف الوطنية وإدارة الانتاج الفني وإدارة التعليم الفني والصناعي وإدارة الموسيقى وإدارة المحفوظات ومعها مكاتب الوزارة وتتعاون تلك الإدارات المختلفة مع الادارة العامة للعلاقات الثقافية الموجودة بوزارة الخارجية الفرنسية وتحاول حكومة فرنسا أن تغزو الفكر العالمي بوساطة هذا الجهاز بالثقافة الفرنسية وتخلق في كل بلد دعاة ومروجين لهذه الثقافة وتوفد إلى الخارج بعوثا من الأساتذة ورجال التعليم ، وتنفق في هذا السبيل أموالا طائلة ولحكومة فرنسا في مصر نشاط كبير في الناحية الثقافية فلها مدارس فرنسية دينية وغير دينية ، ولها معاهد ، ولا شك أنها تستطيع عن طريق الثقافة أن تمهد لقبول النظريات السياسية الفرنسية ولفرض لون من ألوان التبعية الفكرية على بعض البلاد ، وهنا صحف تعمل لحساب فرنسا ، وعلماء أو أدباء تستخدمهم فرنسا في هذا التبشير . وفي الوقت نفسه توجد إدارة

للصحافة بوزارة الخارجية الفرنسية كما توجد في هذه الوزارة مكاتب للاستعلامات وتعاون تلك المرافق مع بعض المؤسسات الخاصة ، كجمعية الصحافة المصرية الفرنسية في الدعاية السياسية لفرنسا وفي القاهرة صحف يومية تصدر باللغة الفرنسية .

وكانت وزارة الخارجية الفرنسية إلى وقت قريب جدا مهيمنة على الصحف الفرنسية التي تصدرها شركة الاعلانات الشرقية حتى أن تلك الوزارة هي التي كانت تختار رئيس تحرير حريدة « البورص إيجيسيين » .

ولكن بريطانيا أطول باعا في الدعاية السياسية في العالم من غيرها من البلاد الديمقراطية ، والدعاية البريطانية ملازمة للمحادثات وللجاسوسية البريطانية فتوجد منظمة اسمها المجلس البريطاني وهي ذات صبغة ثقافية وتأسست في نوفمبر سنة ١٩٣٤ بناء على طلب وزارة الخارجية البريطانية بدعوى الحاجة إلى تعريف العالم الخارجي بالحياة الانجليزية والمثل العليا للشعب البريطاني وكسب صداقة الشعوب عن طريق الثقافة البريطانية ، وتحاول انجلترا ، بهذه الوسيلة أن تجد لها أنصارا ومؤيدين ، في سائر أنحاء المعمورة ، وأن تلي في روع الشعوب المغلوبة على أمرها ، أنها متفوقة بالعالم والثقافة الرفيعة ، فتহার ثقة هذه الشعوب بنفسها ، وتسخذ لندن منارة لها ، وقد غطت العالم بشبكة من فروع هذا

المعهد ، ووجهت عنايتها الخاصة ، في هذه الناحية لبلاد البحر الأبيض المتوسط ، وبلاد الشرق الأوسط ، وبعد المجلس البريطاني في مصر ، مؤسسة استعمارية فأقعة اللون ومن الخير أن توصل أبوابها .

وهذه الدعاية الثقافية ، تعد عملاً ثانوياً بجانب الجهود الجبارة ، التي تبذلها وزارة الخارجية البريطانية ، ويختلط فن الدعاية البريطانية بالجاسوسية والخبرات . ويقوم بهذا العمل الضخم مكتب متواضع للأبناء في وزارة خارجية إنجلترا News Department ، ولهذا المكتب وظائف ثلاث :

(١) الدعاية للسياسة البريطانية في داخل بريطانيا ، وفي سائر أنحاء العالم .

(٢) التعاون مع المجلس البريطاني والاشرف على نشاطه ، بحيث تكون الثقافة التي يروجها ملائمة لسياسة بريطانيا ومآربها الخاصة .

(٣) جمع الأنباء والمعلومات السرية الدقيقة ، بواسطة الملحقين الصحفيين ، وأقسام الصحافة والاستعلامات في سفارات بريطانيا ومفوضياتها ، وجميع هيئاتها التمثيلية .

ولم تكف إنجلترا بهذا التنظيم فاستعانت بالاذاعة اللاسلكية B . B . C ، وكانت قبيل الحرب ، ترد منها على

حملات إيطاليا التي سلطتها على انجلترا ، وفي ٣ يناير سنة ١٩٣٨ ، أعدت تلك المحطة برنامجا يوميا باللغة العربية ، وبعد ذلك التاريخ بثلاثة أشهر ، أعدت برنامجا أسبوعيا باللغتين الأسبانية والبرتغالية ، ووجهت هذه الدعاية لشعوب أمريكا الجنوبية ، ودعمت أقسام الاذاعة الخارجية ، وضاعتها ، حتى غزت القارة الأوروبية ، بموجاتها المختلفة .

وقلقت انجلترا من نشاط دول المحور ، ورأت أن الأمر جد ، لاهزل ، فالتحذت كل إجراء من شأنه ، جعل الدعاية عملا حكوميا ، وسلاحا قويا في يد الدولة ، وبمجرد إعلان الحرب العالمية الثانية ، ظهرت للسلا وزارة الاستعلامات البريطانية . وكان رئيس حكومة انجلترا ، « نيقل تشمبرلين » قد أعلن في ١٥ يونيو سنة ١٩٣٩ ، عن إنشاء إدارة دعاية جديدة في وزارة الخارجية ، اسمها Department Offoreign Publicity ، وقرر في بيان ألقاه بمجلس العموم ، أن هذه الإدارة ، ليست إلا نواة لوزارة الاستعلامات ، المزمع إنشاؤها . ولما أنشئت بقيام الحرب أسندت إلى السير « صموئيل هور » ، وهو من وزارة الخارجية السابقين ، وعين في منصب السكرتير العام لهذه الوزارة ، رجل من كبار الساسة الانجليز ، وهو « اللورد بيرث » Perth ، الذي كان سكرتيرا عاما لعصبة الأمم ، كما كان سفيرا لبريطانيا في روما .

سلطت وزارة الاستعلامات البريطانية دعايتها على مختلف بقاع الأرض ، في أثناء الحرب العالمية الماضية ، وكانت أطول باعا في مصر منها في غيرها ، وقد أنشأت عدة مكاتب ، وكانت تغذى جميع الصحف والمجلات المصرية بالأنباء والتوجيهات والمقالات والاعانات ، واستأجرت الأقلام ، وخصوصا أقلام كبار الكتاب ، وبعض رجال الأحزاب المنحلة ، وتصرفت في الصحافة المصرية والاذاعة المصرية ، كما لو كانت هي الدولة المصرية ، وترك لها الحبل على العارب ، ولم تحاول أية حكومة مصرية أن تنقذ البلاد من هذه الجاسوسية العلنية ، بل تسابق الكثيرون للحصول على الأموال الطائلة التي كانت تفدقها مكاتب الاستعلامات البريطانية في القاهرة ، كما تسابق الدعاة من كبار الكتاب والأدباء والساسة ، في خدمة بريطانيا عن طريق الاذاعة المصرية ، واستطاعت « دار... » المصرية للصريين ، أن تبنى عمارة ضخمة بشارع...، ونقل حديدتها إلى مصر ، وكانت الحرب قائمة ، واشترت آلات الطباعة ، وحصلت على كميات ضخمة من الورق ، وكانت طائرات سلاح الطيران الملكي البريطاني ، تنقل مطبوعاتها الملونة ، لتوزيعها في سائر أنحاء الشرق الأوسط ، وهذه الحالات العبارخة يجب أن تعالج عاجلا يمنع تسلط السياسات الأجنبية على هذه البلاد . ولما وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، لم تبادر

بريطانيا بتصفية وزارة الاستعلامات ، لأنها مضطرة لمواجهة الحرب الباردة ، وكل ما هنالك أن هذه الوزارة قد تحولت إلى أجهزة تعمل في السروفي طي الكتان ، بجانب الأجهزة الطاهرة للعيان ، وقد أنشأوا في كل وزارة إدارة للدعاية تتصل بالصحف والصحفيين ، لمد الصحافة بما تحتاج إليه من البيانات الخاصة بنشاط هذه الوزارة ، ولتقوم بالدعاية الداخلية لأي مشروع ، كلما تطلب الأمر ذلك ، وتلك الأقسام ، تسمى أقسام العلاقات العامة ، وتنظمها جميعا إدارة مركزية موحدة تشرف على كل فرع من هذه الفروع المختلفة ، وتنسق نشاطها جميعا .

وأما خارج الجزر البريطانية ، فقد استمر المجلس البريطاني الذي تقدم الكلام عنه ، يزاوئ نشاطه تحت إشراف وزارة الخارجية البريطانية وإلى جانبه إدارة أخرى في تلك الوزارة اسمها إدارة العلاقات الثقافية وعملها مكمل لعمل المجلس البريطاني المشار إليه ، وفيما عدا ذلك ورثت وزارة الخارجية البريطانية وزارة الاستعلامات أو بعارة أخرى أضحت وزارة الاستعلامات وزارة متكررة تشتغل من باطن وزارة الخارجية البريطانية ، ولها فروعها المنبثقة في جميع أنحاء العالم ، وهي التي يشتغل بها الملحقون الصحفيون وضباط الاستعلامات وغيرهم .

وفيما عدا ديموقراطيات الغرب الاستعمارية التي ذكرناها ،

وتقوم البلاد الديمقراطية الأخرى بالدعاية السياسية في الداخل والخارج ، فمثلا أحست السويد أنها ذات مركز استراتيجي دقيق وأن الدعايات الأجنبية تسلط عليها ، فبدأت في سنة ١٩٢٨ بإنشاء إدارة للصحافة في وزارة خارجيتها ، ثم أنشأت في سنة ١٩٣٥ بنفس الوزارة لجنة للاستعلامات يعاونها مجلس يشغل بشئون العلاقات الثقافية مع العالم الخارجي ، وفي أغسطس سنة ١٩٣٩ أصدرت الحكومة قرارا بتشكيل لجنة وزارية لتبحث مشروع إنشاء هيئة رسمية للاستعلامات والدعاية وبعد أن رفعت اللجنة تقريرها أنشأ وزير الخارجية مجلسا استشاريا للصحافة ومكبرا للأبناء وهذا المكتب الأخير تحول في سنة ١٩٤٠ إلى وكالة أبناء رسمية تتضافر مع وزارة الخارجية ويشرف على هذا النشاط أساتذة الجامعات وبعض رجاء القضاء العالي ، وبعض كبار ضباط الجيش وعدد من رجال وزارة الخارجية السويدية ومعهم ممثلو هيئة الاذاعة وشركات السينما . وقد ركزت السويد أعم جانب من نشاطها في الدعاية السياسية في وكالة الأنباء التي تقدمت الإشارة إليها ، ولهذه الوكالة أمانة عامة تسهر على هذا الجانب من النشاط في الداخل والخارج وإلى جانب الأمانة العامة قسم للاستعلامات وآخر للدعاية ، وتقوم الوكالة باذاعة البيانات الرسمية وتزويد الصحافة بالمعلومات وتأييد سياسة الحكومة ، وهناك قسم آخر للتربية الوطنية

أنشئ في يونيو سنة ١٩٤٠ لمقاومة الدعاية الضارة ورفع معنوية الشعب ، وللو كالة فروع في كل قسم إدارى من أقسام الدولة ويعاونها مجلس عام للثقافة وثلاثة مجالس للصحافة وللسينما وللاستعلامات ، وتقوم وكالة الأنباء السويدية بمختلف شئون الدعاية عن طريق الصحف والتحقيقات التي تجريها وجس النبض وتعرف حالة الرأى العام والتيارات التي تتجاذبه وتوجيه الحياة العامة في الميادين الثقافية والاقتصادية والسياسية العمرانية وتكافح الحوادث والبدع ودعاية التردد والمزيممة وما إلى ذلك ، وتطبع المنشورات والنشرات وتستعمل الاذاعة والسينما وتقرب ما بين طبقات المجتمع وتعد للمؤتمرات والاجتماعات وما إلى ذلك ، وتعد هذه الوكالة مثلاً أعلى بالنسبة للبلاد الصغيرة .

ولا يفوتنا ، قبل ختام هذا الفصل ، أن نوجه النظر إلى نشاط الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية ، تحت ستار الثقافة والمكبات وتستخدم الولايات المتحدة الأمريكية جاهها ونفوذها ، فتسخر لمصلحتها بعض أقسام الأمم المتحدة كاليونسكو ، وتحاول أن تصبغ البلاد التي تتسلط عليها بعقلية أمريكية وبالذوق الأمريكي .

ولا توجد دولة في العالم صغيرة أو كبيرة إلا وتنفق أموالاً وتقوم بنصيب موفور ، في معركة الدعاية الدولية ، دفاعاً عن نفسها ، أو ابتغاء مصالح سياسية .



## الفصل التاسع

### ماذا نصنع ؟

على ضوء المعلومات التي قدمناها ، نريد أن نعالج الحالة في بلادنا ، فلا خير في علم ، لا ينفع في تقويم المعوج ، خصوصا وأنا نمر بمرحلة انتقال ، تعمل الثورة فيها لبعث كل القوى النافعة ، في بناء دولة عظمى ، بعد الخلاص من ماض حالك رهيب .

وسنجعل الصراحة رائدنا ، فلا نحابي ولا نجامل ، بل نواجه الحقائق المريرة محاولين أن نصف الداء والدواء . وأول سؤال ، يعرض لنا ، في موضوع دعايتنا السياسية : هل كان في مصر ، رأى عام ، قبل أن تعصف بها التيارات التي أفسدت حياتها السياسية ، وإن كان هناك رأي عام فإلى الأمراض التي اعترته ، وكيف يمكن التغلب عليها ؟

كان في مصر وعى قوى ، ورأى عام مستنير ، وكان ثمة ماض طويل ، وجهاد لم يتوقف قط ، فنذ أن عصفت السلطان سليم الأول باستقلال مصر ، وقتل « طوماى باى » ، آخر ملوكها ، في سنة ١٥١٧ ، ظهرت فيها زعامة شعبية دينية ،

ولم تكف هذه القيادة المستنيرة ، عن إرشاد الناس ، إلى أمور دينهم ودنياهم ، واستنفارهم ضد الطغاة ، حتى تقلص سلطان الفزاة ، وأضحت علاقة مصر بدولة الخلافة العثمانية ، علاقة مشاركة في اتحاد إسلامي ، وجزية تدفع ابتغاء مرضاة الله لخير المسلمين ، وطاعة للخليفة العثماني ، الذي يحفظ الوحدة الإسلامية ، ويعصون عراها ، واستطاعت مصر ، بفضل علمائها القابضين على ناصية الرأي العام ، أن تهضم الممالك ، حتى أضجروا مصريين ، وأمكنها أن تحافظ على شخصيتها ، ومقوماتها الذاتية .

كان الأزهر الشريف ، منارة الوعظ والارشاد ، والتوجيه السليم ، وظهر في القرن الثامن عشر جماعة الوعاظ ، وهم الذين كانوا على حظ كبير من الزهد والورع ، وكان الناس يتخلفون إليهم في المساجد ، ويستمعون لدروسهم ، التي تهديهم إلى خير السبل ، وكلما ظهر طاغية ، وادلهم الخطب ، وكلما ارتكبت مظالم أو شاعت القوضى ، كان هؤلاء الوعاظ هم القادة ، وكان لهم سلطان قوى عند الحاكم والمحكوم ، على السواء ، لأنهم كانوا فوق الشبهات ، يحملون المشعل ، ولا يخافون في الحق لومة لائم .

ولما نزلت جيوش بونابرت بهذه الديار في سنة ١٧٩٨ ، اعترضها الرأي العام المصري ، الذي تقوده زعامة طاهرة ، جمعت بين الدين والسياسة ، وكان السيد عمر مكرم ، مثلاً

رائعا لقيادة الشعوب ، الحريصة على حريتها واستقلالها ،  
وتجلت في مقاومة المصريين للغزاة ، آثار الحركة الفكرية ،  
التي عاشت طوال القرن الثامن عشر ، وكانت أقوى بكثير  
من الحركة الفكرية ، التي ظهرت في فرنسا ، قبل الثورة .  
وقد استبسلت مصر ، في منازلة بونابرت ، حتى دوخته ،  
ولم تهاده ، وسجلت في صفحات البطولة والمقاومة الوطنية ،  
عالم تصل إليه أمة من تلك الأمم الأوروبية التي ساقها  
بونابرت ، كما تساق قطعان من الابل ، وأجلى الفرنسيون ،  
في سنة ١٨٠٢ ، وسرعان ما تعرضت مصر لامتحان آخر ،  
على أيدي الانجليز ، فألقت عليهم درسا خالدا ، في رشيد ،  
وطردتهم مدحورين في سنة ١٨٠٧ ، وكان ذلك كله ، نتيجة  
الوعي الوطني ، والرأي العام الذي رماه الوعاظ من قبل ،  
وقاده عمر مكرم وصحبه ، على خير مثال .

وبتولية محمد علي أريكة مصر ، في مستهل القرن التاسع عشر ،  
دخلت هذه البلاد في مرحلة ، سلخت من حياتها مائة وخمسين  
عاما ، وهي المرحلة التي انتهت في ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ ،  
إذ قامت ثورة الجيش لتخليص البلاد من الحكم الأجنبي ،  
والقضاء قضاء تاما على آثار هذا الحكم الأجنبي البقيض .

وإذا كان التاريخ قد أشاد بمحمد علي ، واعتبر حكمه  
نهضة وطنية ، أو وثبة في حياة مصر الحديثة ، متجاهلا فضل  
الشعب المصري ، إلا أن هذه الوثبة ، كانت وصاية فرنسية

مقنعة ، أريد بها استخدام محمد علي ، وهو الحاكم الدخيل ،  
الذى دس على الحركة الوطنية ، في غرضين :

الأول : مناوئة الدولة العثمانية ، وهى مركز الخلافة  
الاسلامية ، وإضعافها ، توطئة للأحداث التى جرت ، بعد  
عصر محمد علي ، إذ فتح الباب على مصراعيه لحملات المراهبين  
الأجانب ، على تركيا نفسها ، وعلى مصر وغيرها من البلاد  
الاسلامية ، منذ منتصف القرن الماضى ، وهى الحملات التى  
انتهت بنحراب مصر المالى ، ومهدت لغزوها المسلح فى سنة  
١٨٨٢ ، كما قضت على تركيا نفسها ، فزالت دولة الخلافة  
فى سنة ١٩١٨ ، وكذلك سلطت حملات المراهبين على تونس  
ومراكش .

ومعروف أن محمد علي قد استخدم الخبراء الفرنسيين  
عسكريين ومهندسين وغيرهم ، وأرسل البعث العلمية إلى  
فرنسا ، ولم تكن فرنسا تريد خير مصر ، بل كانت تبيت لها  
وللدولة العثمانية ، ولذلك انتهزت تلك الفرصة ، بعد محمد علي  
مباشرة ، لأنها كانت نهضة فى ظاهرها ، ومعوّلا أريد به  
الفتك بدولة الخلافة ، فى الحقيقة ونفس الأمر .

الثانى : استخدام محمد علي ، فى تحطيم الصخرة ، التى  
دوخت حملة فرنسا فى نهاية القرن الثامن عشر ، وهذه الصخرة  
هى المقاومة الوطنية والزعامة السياسية الدينية ، هى رأى  
العام المصرى ، الذى خلفته حركة الوعاظ . وقد نجح محمد علي

في القضاء على هذا الرأي العام ، وتنحية الشعب المصري عن إدارة حياته السياسية ، وإذلاله ، حتى يرى أنه مدين بحياته لولي النعم ، ويطبق ما يحقق به ، وما يجري عليه .

وقد نكل محمد علي بالسيد عمر مكرم ، حتى توفي في منفاه ، وشرد أهل الرأي ، الذين يتقون الله ، في السر والعلن ، وقرب المنافقين من أمثال المهدي العباسي ، ولم ينته حكم محمد علي إلا وقد اختفى صوت أي مصري ، يستطيع أن يخاطب الشعب ، أو يستنفره لدفع ظلم ، أو مقاومة غزو ، أو عدم قبول شيء مما جاء به الرجل الأبيض إلى مصر ، تحت ستار المدنية والعمران ، وأضحت الدولة المصرية ، أشبه بمزرعة ، ورثها محمد علي لبنيه ، ولأعوانه ، ولغيرهم من الدخلاء .

قتل الرأي العام المصري ، قبل حكم عباس الأول ، ومحمد سعيد ، وأضحت مصر كأرض فضاء ، لا مالك لها ، فسيماها الأوروبيون « كاليفورنيا الجديدة » ، وهبطت عليها الطيور الجارحة ، من اللصوص والانتهازيين ، والذين جنوا بالاعتناء السريع ، ونجحت مؤامرة قناة السويس ، وارتكزت دعائم الحكم الأجنبي ، وتمت المأساة في يوليو وأغسطس سنة ١٨٨٢ .

ولكن نسيم الحرية ، هب على هذه الديار ، في أوقات الشدائد والحن ، حينما زارها السيد جمال الدين الأفغاني ،

في الثلث الأخير ، من القرن الماضي ، ولذلك ظهرت الحركة  
العرايية ، ولكنها أخفقت ، لأن الوعي السياسي المصري ،  
كان قد انهار ، منذ أيام محمد علي ، ولذلك استطاع الفساد  
السياسي أن يستمر ، على أيدي خلفائه ، إلى أن نجحت ثورة  
الجيش ، في ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ .



ولكن الوطنيين ، شعراء وخطباء وحملة أقلام ، ممن  
حافظوا على العهد ، كان نصيبهم السجن أو المنفى ، أو الفقر  
والحرمان ، نتيجة اضطهادهم واضطهاد صحفهم ، وما تحود  
به قرائحهم ، وأنفق محمد فريد ، ثروته الطائلة ، فباع آلاف  
الأفدنة ، وباع العمارات ، ولم يبق على شيء من متاع الحياة  
الدنيا ، إلى أن لقي ربه ، مريضاً معذناً ، في سبيل وطنه ،  
في ألمانيا ، فدخل جنته راضياً مرضياً .

وكان الوطنيون مهرة في الدعاية لقضية مصر ، في  
الداخل وفي الخارج ، يصدرون الصحف ، ويحررون  
الشرائط ، ويعقدون المؤتمرات في مصر وفي بلاد أوروبا ،  
ليسمعوا العالم كله ، صوت مصر ، وكان مصطفى كامل  
أول داعية سياسي لقضية الوطن ، في المجال الدولي ، بل  
كان سفير مصر لدى العالم المتمدن ، حيث لم تكن لمصر  
سفارات أو قنصليات ، ومضي خلفاؤه على خطته ، لا يألون  
جهداً ، ولا يدخرون وسعاً ، ولا يبخلون بمال ، أو حياة .

ولكن الدعاية المضادة، قد نجحت مستندة إلى الاحتلال تارة ، وإلى القصر تارة أخرى .

ولما انطلقت ثورة سنة ١٩١٩ من عقاها ، وهي الثورة ، التي كانت وليدة حركة مصطفى كامل وخلعائه ، كان المسرح السياسي قد خلا من قادة الشعب الحقيقيين ، فحمد فريد ، كان قد آلى على نفسه ألا يرجع لمصر ، قبل أن يخلو منها المستعمر ، والباقون كانوا في المنفى أو المعتقل ، فوئب إلى مكان الصدارة فجأة مؤسسو حزب الأمة ، وتلاميذ حزب الأمة ، ولهذا ضاعت الثورة ، كما ضاعت القضية .

ومن أجل ذلك فسدت الحياة السياسية ، وقامت هذه الأحزاب بدعايتها ، بالصحف ، والشرائح ، والخطب والاجتماعات ، واللجان الحزبية ، ولكنها تركت الجوهر ، وصارت المعركة بينهما ، جريا وراء كراسي الحكم ، وحياة برلمانية فشلت في مقاومة الناصب ، ودانت بالطاعة والولاء ، لرئيس الدولة غير الشرعى ، الذي كان ركنا من أركان الحكم الأجنبي .

وإلى جانب هذه الدعاية السياسية الفاسدة المفسدة ، كانت هناك أبواق دعاية أخرى ، لانتبع الأحزاب ، وإن ساومتها ، وتالت منها المنافع والحاجات ، وهذه الدعاية ، تظاهرت بالاستقلال عن الحركة الحزبية ، والحيدة التامة ،

إلا أنها راحت تدمر العقيدة الصحيحة ، وتشيع ألوانا من  
الالحاد السيامي ، والفكرى والدينى ، وتمحو ما استطاعت  
من فضائل الشعب وعاداته وتقاليده الكريمة ، وتحجب  
إليه بصائع المستعمر ، تحت ستار ماسموه مدنية غربية أو حرية  
فكرية .

وتفنت هذه الصحافة فى مخاطبة الفرائز ، والنزول إلى  
الدرك الأسفل ، فأضحت أسرار البيوت تنشر كأخبار هامة  
وصور النساء عاريات أو شبه عاريات ، تطبع بالألوان ،  
وقصص الغرام ، تغزو القلوب ، وترحف على بناء الأسرة  
لتهدم وتحربه ، وكل دعوة إلى الخلق أو الدين ، تقابل  
بالسخرية اللاذعة ، وتوصف بالرجعية ، وتطارده مطاردة ،  
وما دامت العقيدة الدينية ، فى سبيلها إلى الانهيار ، والوطنية  
المبينة على هذه العقيدة ، تعد تمصبا ورجعية ، وما دامت  
طرائق الغرب فى الحياة ، هى الغالبة على كل اعتبار ، فلم  
لانتباح الرشاوى ، وتهدر الحرمات ، ويروج النفاق ،  
وقد صارت له أسواق ، تباع فيها الدم ، وتشترى الألسنة  
والأقلام .

وبدلا من استثارة الشعب ، لمقاومة الغاصب ، وتربية  
روح الفداء عنده ، وتعويده على تقبل أى لون من ألوان  
الحرمان ، تفرضه المقاومة الوطنية ، وبدلا من تربية الرجولة  
نفسها ، أشاعت هذه الصحافة التى تسلمت زمام الحركة



الفكرية ، التحلل ، واستباحة التذبذبة ، ورغبت الناس في قراءة ما يثير الشهوة والغريزة ، وصرفتهم عن مطالعة الكتب المفيدة ، وزهدتهم في الثقافة النافعة سياسية كانت أم غير سياسية ، وحببت إليهم المعارف السطحية الضارة ، وشتاتهم بمسائل أدخلت على الحياة المصرية وأفحمت عليها ، فثلاث تحت ستار ماسموء حرية المرأة ، وحقوق المرأة ، يتكلمون عن حق المرأة في الانتخاب والتمثيل النيابي ، وتلك وأيم الحق قنات استعمارية ، تصدر عن معامل الدعاية البريطانية والأمريكية ، لبلبة الأفكار ، وإضعاف المقاومة الوطنية ، ومحو شخصية الأمة ، هذه الشخصية التي يجب أن تكون مستمدة من تاريخنا ، وإسلامنا ، وتقاليدينا ، وآلامنا وآمالنا .

والاحتلال من وراء هذه الحركات ، يراها ويشجعها ، حتى صرنا إلى زمان ، يتصدى لقيادة الحركة الفكرية أناس لمعت أسمائهم في الصحف والمجلات ، وهم لا يكتبون ، إلا بعد سهرات صاخبة ، وليال حمراء ، يتمرغون فيها في أحضان الرذائل ، ومنهم من كانوا يسلون قراءهم ، بقصة غرامهم أو أوقات قضوها مع بنات الهوى ، ومنهم ملاحدة تستأجرهم دور الدعاية الأمريكية أو البريطانية لمهاجمة رجال الدين ، ومحاربة أية دعوة ، تنادى بالعودة إلى الدين ، ذلك لأن

الاستعمار لا يخاف إلا من الحركات السياسية ، التي تقوم على أساس من العقيدة الإسلامية .



ولما أعلنت الحرب العالمية الثانية ، ورأت بريطانيا ، أن تتخذ من القاهرة مركزاً لدعايتها في الشرق الأوسط ، وجدت التربة خصبة ، والظروف مهيأة ، فلم يكن من العسير عليها ، وقد أفسدت الحياة الفكرية في مصر ، أن تستخدم دور الصحافة والنشر ، وتستعمل ما تريد استعماله من الأقلام والحناجر ، فسارت الدعاية السياسية ، بل جندت الصحافة والاداعة ، طوال مدة الحرب ، لحساب بريطانيا وحلفائها ، وفرضت حكومات العهد البائد ، مراقبة الصحف والنشر لحساب بريطانيا أولاً ، والملك الطاغية ثانياً ، والأحزاب الحاكمة ثالثاً ، بل صارت اللغة البرلمانية دعاية سياسية لبريطانيا ، ومن يراجع خطب رؤساء الحكومات في مضابط البرلمان ، يقرأ عجباً . وسخر الانجليز المسارح نفسها لحسابهم .

والعلاقة بين مصر وبريطانيا هي علاقة عداة قانوني . وتعتبر الدعاية لمصلحة بريطانيا خيانة وطنية ، مهما كانت ظروف الحرب ، ومهما كانت الأسباب ، فإن أقل ما يستطيعه شعب أعزل ، هو أن يدير ظهره لعدوه ، فيتجاهله ويحتقره ويلعنه صباح مساء .

وفي الوقت نفسه ، استمرت الدعاية الأجنبية تشغل  
في هذه البلاد على نطاق واسع ، وتحتل الصحافة ، وتستخدم  
بعض الأقلام وتبشر من قاعة « إيبورت » التذكارية ، ومن  
غيرها ، وصار الاتحاد المصري الانجليزي ، اتحاداً ثقافياً ،  
واستمر المجلس البريطاني ، وألحقت بالسفارة الأمريكية ،  
مكتبة أمريكية ، وطبعت باللغة العربية مؤلفات أمريكية  
عن الشرق الأوسط ، كما طبعت كتب عن النقطة الرابعة ،  
وهكذا . وكذلك نشطت الحركة النسائية التي تطالب  
بالتمصويت أو مقاعد البرلمان ، والسينما ، وما أدراك ما السينما !  
استخدمتها إنجلترا وأمريكا هنا ، في الحرب ، على أوسع  
نطاق ، واستخدمت بعد الحرب ، ومن المثير أن تميز بين فيلم  
تجارى ، وفيلم تريد به أمريكا مجرد الدعاية . لقد بلغت بهم  
الفحّة إلى الحد الذي جعلهم ، يعرضون فيلماً عن قناة السويس  
في مسهل سنة ١٩٥٣ ، لتمجيد أعداء التاريخ المصري الحديث ،  
وتشويه هذا التاريخ ، تمجيد دى ليس و دزرائيلى ، وفي بلد  
غير مصر ، لو اعتدى على شعب ، في فيلم سينمائى ، كما اعتدى  
علينا ، في ذلك الفيلم لقامت الدنيا وقعدت ومثل ذلك كثير ،  
والأفلام التي عرضت خرافة الصلب ، في الموسم الماضى ،  
قد أنفقت في إخراجها الأموال الطائلة ! !



شاء الله سبحانه ، ألا يدع العوضى السياسية التي استمرت

مائة وخمسين عاما ، تقضى على البقية الباقية من كيان مصر ،  
وقد هيأتها العناية الالهية ، لتكون قلعة للاسلام ، ترفع لواءه ،  
وتنشر في ربوع الأرض مبادئه ، فقامت ثورة ٢٣ يوليو  
سنة ١٩٥٢ .

وانجحت الثورة إلى وكر الاستعمار الأول ، وهو الملك  
وبطانته وقصره ، فأقنعتهم جميعا ، وطاردتهم حتى استأصلت  
شأنهم ، وبزوال حكم أسرة محمد علي ، وإعلان الجمهورية ،  
طويت صحيفة حكم أجنبي ظلوم جهول ، استمر مائة وخمسين  
عاما ، وهذا أخلد عمل وطني في تاريخ مصر القديم والحديث .  
وكانت الثورة ، قد استطاعت بحمة قلم ، أن تقتل الحزبية ،  
وتححو الأحزاب ، وهي الركن الثاني للفساد السياسي ،  
وقد تنفست مصر الصعداء ، يوم أن طالعت الصحف ذات  
صباح ، وعرفت أنه لم تعد هناك أحزاب .

ولكن أبواق الدعاية السياسية ، لم تحكن قد غيرتها  
الثورة ، وكانت قد تذبذبت وتشكلت ، وتلونت ، وتبارت  
في مناصرة الثورة ، وظن أنها قد تابت وأنابت ، وتخلصت  
من ماضيها ، وأضحت في خدمة الوطن وحده . إلا أنها  
اشتغلت في الظلام ، ودست سمومها بين السطور ، وظلت  
نفسها قادرة على أن تعيد عجلة الزمن إلى الوراء ، إلى أن كانت  
التجربة التي مرت بالبلاد من يوم ٥ مارس إلى ٢٥ مارس  
سنة ١٩٥٤ ، فخرجت بعض الأنعام من أوكارها ، وسقط

القناع الذي كان يغطي بعض الوجوه فأتخذ مجلس قيادة الثورة قرارات حاسمة ، ومن بينها القرار ، الذي أعلن في صيغة ١٦ أبريل سنة ١٩٥٤ ، بحل مجلس نقابة الصحفيين ، وتشكيل لجنة مؤقتة ، وتعديل قانون نقابة الصحفيين . وفي نفس اليوم نشرت الصحف بيانا وجهه مجلس قيادة الثورة إلى الشعب ، وجاء فيه :

« وضع لجميع المواطنين ، خلال العامين الماضيين ، أن الثورة ، قد هادت المستولين عن الفساد ، الذي حل بالبلاد ، في العهود الماضية ، وأعطتهم الفرصة ، تلو الفرصة ليظهروا نفوسهم من المطامع والشهوات حتى يتجه الجميع نحو بناء نهضة الأمة وسمعتها وكيانها بعد أن أوشكت على الانهيار .

« ولكن للأسف الشديد ظهر للشعب في جلاء ووضوح كيف تكتلت صفوف المفسدين والرجعيين والمستغلين وكيف جاهرُوا بآرائهم في الانتصارات التي حققها الثورة للشعب ... توطئة لانعائها والقضاء عليها إذا عاد الحال إلى ما كان عليه قبل الثورة ، وتحققت آمال أعداء الشعب في العودة إلى الحكم ولا شك أن الوسط الصحفي ضم عناصر شاركت في فساد العهود الماضية ، وساهمت في الدفاع عن أخطاء جسيمة في حق الوطن والشعب واحترفت تضليل الرأي العام والعبث بعقول الجماهير في سبيل المآرب الشخصية والحزبية ، التي باعدت بين الأمة وبين أهدافها ، وصرقتها عنها ، وعن الكفاح في سبيلها

حتى كفر كل مواطن صالح غيور على كرامة وطنه ومستقبل  
بلاده .

### الأحزاب الفاسدة

« وكان من الطبيعي أن يقرن كل إجراء للقضاء على  
الأحزاب الفاسدة المتفسدة بإجراء مماثل في الوسط الصحفي  
لتطهير الصحافة ، وخلق صحافة جديدة تقوم على النزاهة ،  
والشرف ، والایمان بالمبادئ ، والعمل في سبيلها مهما لوح  
أعداء الوطن بالذهب وبالشركات والصفقات ... »

« كان من الطبيعي أن يقرن كل إجراء لتطهير البلاد بتطهير  
الصحافة لأنها السلاح الذي جندته الأحزاب لتضليل الجماهير  
وخداعها والدفاع عن باطلها وفسادها وحياتها ... فأغدقوا  
على صحفيهم ورجالهم الأموال الطائلة مستغلين بنود المصاريف  
السرية ، حتى أن جميع اليهود الماضية قد انفتحت حول هذا  
المبدأ ، رغم الصراع القائم بينها للوصول إلى كراسي الحكم  
ومغانم السلطان حيث يفتح الباب على مصراعيه للصفقات المربحة  
واختلاس أموال الشعب ، والمتاجرة في أقواته ، وخدمة  
المحاسبين والأنصار والأصهار . »

« ولذلك فقد تستر كل عهد على اليهود الأخرى خشية أن  
يشكشكف أمر الجميع وتفقد الأحزاب هذه الأموال الطائلة  
التي تجند في شراء الأقلام والضمار . »

## مقر أصحاب الأقلام

« ولقد اشتد حقد أصحاب هذه الأقلام المأجورة التي نشأت وترعرعت في كنف تلك الأموال المبرورة من عرق الشعب ، والتي كانت تستخدم في تضليله وخداعه ، فاشتد تعصبهم لتلك العهود البائدة ، وظلوا يعملون بكل وسيلة على التشكيك في هذه الثورة ، والاعتداء على أهدافها ، وإشاعة الأكاذيب والأراجيف حول رجالها ... »

« وعندما رفعت الرقابة على الصحف هبت هذه الأقلام ، وهي التي كانت تملق الثورة ، وتسبح بحمدها ، هبت تدافع عن الفساد وعهود الفساد ونشكك في أعمال الثورة وأصلاحتها الثورية ، حتى لقد أصبح تحديد الملكية ، وتطهير الأداة الحكومية ، ومحاكمة السياسيين المفسدين ، وإعلان الجمهورية نفسه في نظر هذه الأقلام أعمالا غير شرعية ينبغي الغاؤها بمجرد تصفية الثورة ... »

« هبت هذه الأقلام ضد الثورة التي حرمتها من المصاريف السرية ، والتي قامت لا تقاذ البلاد من الانهيار والافلاس والانحلال والفساد والذل ، تحاربها ، وتمحرض علنا على القضاء على المكاسب الشعبية التي سجلتها للشعب وللشعب وحده ... »

وقال وزير الارشاد ، في مذكرته التي رفعها للمؤتمر المشترك، وطلب فيها الموافقة ، على إجراءات تطهير الصحافة .

« وهذا الاجراء ، له نظير ، في كثير من الدول ،  
كالمانيا ، وأسبانيا ، وفرنسا . ففي ٣٠ مارس سنة ١٩٤٤ ،  
صدر أمر في فرنسا بتنظيم الصحافة ، وقضى بمنع ظهور  
الجرائد المشكوك في ميولها ، أو ماضيها . . . الخ »  
والثورة ، قد أنشأت وزارة الارشاد القومي ، لتكون  
الدعاية مركزة فيها ، ولتكون مرفقا بمائلا ، لوزارة الدعاية  
التي أنشئت في ألمانيا ، قبل الحرب الماضية ، فهذه الوزارة ،  
تضطلع بأعباء جسام ، وبقى أن تدعم بأولى الخبرة الفنية ،  
على غرار ، ما جرى ، في وزارة الدكتور جوبلز ، ويجب  
أن يتم ذلك ، على جناح السرعة ، ولا بأس من إرسال البعث  
للخارج ، لهذا الغرض . ويجب أن ننتفع بجارب غيرنا ، وأن  
نضع نصب أعيننا ما ذكرناه عن فشل الدعاية في إيطاليا  
الفاشية ، لأنها كانت تفتقد العنصر الفني ، ولأنها لم تكن  
تدعو لنظرية سياسية ، ولم تتصل بقلب الشعب ، وتستقر فيه .  
وأقول على سبيل الاقتراح ، دون أن أقيد غيري ،  
برأيي ، الذي يحتمل الخطأ والصواب ، قد يكون من إصالة  
الرأي ، أن تؤم الثورة دور الصحف اليومية والمجلات  
الأسبوعية الكبيرة ، وهذا التأميم ليس بدعة ، بل قد يكون  
ضرورة تفرضها أحوالنا السياسية ، وأمانيتنا الوطنية ، وأقول  
أيضا إن الأقلام التي ولدت وتربت في أحضان الماضي ،  
لا تصلح للحاضر ، ونحن إذ نطلب منها أن تكون أقلاما  
ثورية ، نطلب مالا يطاق ، فمن الخير لها أن تستريح ، وتفسح



المجال لغيرها ، ومن واجب الثورة أن تقي تفكير الشعب ،  
من أى رأى فاسد ، يرد على قلم أو لسان ، ولو بحسن نية .  
والثورة هدف أسمى ، وهو استخلاص قناة السويس ،  
وتطهير الوطن ، من المستعمر والدخيل ، وهذا يحتاج إلى  
تجنيد الوطن ، وتكثيل القوى العاملة لهذا الهدف الأسمى ،  
وكل كلام لا يؤدي إليه ، لا ينبغي أن نقرأه ، أو نسمعه ،  
وكل حرية ، من شأنها إضعاف العزائم ، أو إثارة روح  
التزدد والمهزيمة ، تعد حرية تنتهى بالشعب إلى العبودية ،  
فهي حرية محرمة ، وهي والمنكر سواء .

وثمة مسألة أخرى ، جديرة بالبحث والدرس ، ذلك أن  
الصحف الاحتلالية ، والانتهازية ، قد استقرت في العهد  
السابق على الثورة ، وخفت الصرخات الوطنية البريئة ،  
والدعوات التي لم تكن تستهدف غير مرضاة الله ، وحقوق  
الوطن ومستقبله ، وما فتىء بعض أصحاب هذه الدعوة  
يعالجون مشقة كبيرة ، فليست لديهم الوسائل والامكانيات ،  
التي توفرت لدعاة الشر والفساد ، كما أن عقلية القارىء قد  
تسمت ، وحيل بينها وبين الوطنية البريئة ، والثورة هي التي  
تستطيع وحدها ، أن تنتشل الصحافة الوطنية والدعوات  
الطاهرة ، من البوار ، الذي يلاحقها ، والمتاعب التي تعرض  
لها ، وتتخذ وزارة الارشاد القومي كل ما من شأنه ترغيب  
المصري ، في الدعوات السليمة ، والرسائل التي يراد بها بناء  
الوطن وإسعاده .

وبقيت حملة تطهير نطالب بها ملحين ، ونعنى تطهير الوطن من الدعاية الأجنبية ، بمنع السفارات الأجنبية ، والجاليات الأجنبية ، من مزاوله أى نشاط يحمل فى ثناياه دعاية سياسية لفصكرة أجنبية ، أو لدولة أجنبية ، سواء أكان ذلك ، بالصحف أو المدارس ، أو صالات المحاضرات ، أو الجمعيات التى تدعو فى الطاهر لخدمة الفلاحين أو الطبقات الفقيرة ، أو غير ذلك ، ونطالب ملحين بإصدار تشريع ، يمنع أية صحيفة ، من نشر أى مقال لحساب دولة أجنبية أو سياسية أجنبية ، ويعاقب بالسجن والأشغال الشاقة ، أى كاتب يؤلف أو يترجم أو ينشر لحساب أية دولة أجنبية أو منظمة أجنبية مهما كانت الأسباب والدوافع .

والدعاية لمصر ، فى الخارج ، أمر لا غناء عنه ، ولكنها محتاجة إلى خبراء ومتخصصين ، فلا يمكن الاعتماد ، على المكاتب الصحفية التى ألحقت ببعض السفارات ، فى العهد الماضى ، وكانت عبئا ثقيلا على الميزانية ، دون أن تعود على البلاد ، بأى نفع ، وخير لمصر أن تركز جهودها فى إصلاح شئونها الداخلية ، وتعبئة قواها لاجلاء المحتل ، من أن تبذل أموالها فى محاولة كسب أنصار ومؤيدين فى المجال الدولى ، ونحن نعلم أن الضمير البشرى ، قد تبدل ، وأصبح العالم لا يؤمن إلا بمنطق القوة ، ولا يعطف على قضية إلا إذا كانت من وراء المطالبين بالحق قوة يعتمدون عليها ، ويرهبون بها عدو الله وعدوهم .

القسم الثاني  
الاستعلامات



بيننا في سياق الموضوعات المتقدمة ، الفارق بين الدعاية والاستعلامات ، ولم يتسع الوقت ، في مقرر هذا العام الدراسي ، لتفصيل موضوع الاستعلامات ، كعمل تباشيره الدولة ، ويختلف عن أعمال الدعاية ، وإن امتزجا ، في أنظمة بعض البلاد كبريطانيا .

وإذا كنا ، قد أفردنا قسما للاستعلامات في هذا الكتاب ، فلأننا أردنا أن نحيط اللثام ، عن خطر مستطير تتعرض إليه البلاد المعادية لبريطانيا ، في أوقات الحرب والسلم على السواء ، ومصر في مقدمة هذه البلاد بطبيعة الحال .

وعمدنا ، في هذا البيان ، مؤلف ضخمة ، ظهر أخيرا ، بعنوان « الحصر الاقتصادي » The Economic Blockade ومؤلفه W. N. Medlicott ، وهو أستاذ التاريخ بجامعة أكستر بإنجلترا ، وكان في أثناء الحرب العالمية الأخيرة ، من خبراء وزارة الحصار الاقتصادي ، التي خلقتها حكومة إنجلترا ، والتي تشغل حتى الآن ، من باطن وزارة الخارجية البريطانية .

وبقول الخبير المشار إليه ، في مقدمة الجزء الأول ، من مؤلفه الضخم ، إن الحصر الاقتصادي معناه ، إحداث اضطراب ، في اقتصاديات العدو ، إلى حد يوقه عن مواصلة الحرب . ويختلف مفعول هذا السلاح الجبار ، باختلاف إمكانيات العدو ، وحظه من الاكتفاء الذاتي ، والجهات التي

يحصل منها على تموينه ، أو على المواد الخام ، وخصوصا إذا كانت هذه الجهات، واقعة وراء البحار ، فتعرض خطوط مواصلاته لأن تقطع فتقف مصانعه أو تختل آلتها الحربية .

ومن أجل ذلك ، باشرت حكومة إنجلترا ، بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة ، أي منذ سنة ١٩١٨ ، لونا من الجاسوسية الدولية التي ألقت بشباكها على العالم ، لتتخذ حذرها ضد أي عدوان عليها في المستقبل، واتكمد أشد الكيد لخصومها في الحياة الدولية ، فأنشأت إنجلترا لهذا الغرض لجنة دائمة، أطلقت عليها Advisory Committee on Trade Questions in Time of war (A.T.B) وهي لجنة متفرعة من لجنة الدفاع عن الإمبراطورية (C.T.D) ووضعت اللجنة المشار إليها مشروع وزارة الحصر الاقتصادي ، وهي وزارة تشتغل بداخل وزارة الخارجية البريطانية ، وقد دعمت بمحرد وصول هتلر إلى حكم ألمانيا ، في فبراير سنة ١٩٣٣ . ومن كبار الرجال العاملين ، في هذه الوزارة اللورد هانكي ، عضو مجلس إدارة شركة قناة السويس ، المشرف على مكتب الشركة المذكورة بلندن ، فما هي الأعمال الاستراتيجية التي تقوم بها تلك الوزارة ولجانها المختلفة ؟ !

يستفاد ، مما كتبه ، مؤلف هذا الكتاب ، أن حكومة إنجلترا قد أنشأت منذ سنة ١٩٣١ ، مركزا للجاسوسية

الصناعية اسمه **Industrial Intelligence Centre** ، وأحيط عمل هذا المركز بالسرية التامة ، ثم افتضح أمر هذا المكتب ، ولـسكن طريقة عمله والمعلومات التي يحصل عليها ، بقيت أسراراً ذات خطر بعيد ، وهذا المكتب على اتصال وثيق بوزارة التجارة البريطانية وراء البحار ، وهذا بغض النظر عن كونه تابعا للادارات العسكرية والسياسية البريطانية .

وفي أكتوبر سنة ١٩٣٣ ويناير سنة ١٩٣٤ ، وضعت عدة تقارير، تناولت دراسة إمكان الضغط على ألمانيا اقتصاديا والاستعانة بروسيا ، في هذا المجال ، وقد أصدر مجلس الوزراء البريطاني أوامره السرية ، في سنة ١٩٣٦ ، بتجربة الضغط الاقتصادي على ألمانيا .

ولا زبد أن نحوض كثيرا ، في يارب أعمال تلك الجاسوسية العجيبة ، ولكننا نكتفي ها بالقول إن انجلترا ، تجند جميع أبنائها ، ورعاياها المنبثين ، في سائر أنحاء المعمورة ، والشركات البريطانية ، ومختلف مكاتب الخابرات والجاسوسية ، التابعة لها ، في تسجيل كل ما يصل إلى علمهم أولا بأول ، عن الشؤون الاقتصادية أو المالية للأفراد أو المؤسسات ، أو الحكومات ، في أية جهة يعيشون فيها ، وتصل هذه المعلومات ، إلى وزارة الحصر الاقتصادي ، بطريقة أو بأخرى .

ويهم انجلترا أن تعرف عن مصر مثلاً ، إلى أى مدى  
تعتمد على القطن ، وما هي البيوت المالية التي تتعامل مع مصر ،  
وما هي الدول التي تحتاج إلى القطن المصري ، وما مقدار  
المحصول السنوي ، وما نسبته بالنسبة للمحصول العالمي ،  
وإلى أى مدى يستطيع الغزال الانجليزي أن يستغنى عن قطن  
مصر ، وهل يمكن الاستعاضة عنه بقطن السودان مثلاً ،  
وهل يمكن سد السوق العالمية أمام القطن المصري ، وإلى أى  
مدى ، وهل يحتاج الأمر وقت اللزوم إلى مساع دبلوماسية  
تبذل لدى بعض الدول الأخرى ، ليسور القطن المصري ،  
وما هو نشاط الملحقين والمستشارين التجاريين ، في هذا  
المضمار ، وفي حالة هزيمة مصر في سوق القطن وخفض  
أسعاره أو بواره ، هل يكفي ذلك لاجداث أزمة اقتصادية  
في مصر ، وكيف يمكن الاستفادة بالأزمة في إحداث أزمة  
سياسية ، وبلالة الخواطر ، وشغل حكومة وطنية عن المطالبة  
بالجلاء مثلاً ، أو تعريضها لحملات داخلية شديدة ، أو إسقاطها ،  
إن كان لابد من أن تسقط ؟ !

وفيما عدا القطن ، هل تكفي الحبوب والأرز ، لتغذية  
الشعب المصري ، أم أن زيادة السكان ، تضطر هذه البلاد ،  
لاستيراد اغذية من الخارج ، وهل تستطيع انجلترا بجهاز  
الجاسوسية ، أن تعرقل تموين مصر من الخارج ، أو تحدث  
أزمات تموينية داخلية ، وهل يتحتم أن تضيف على مصر



بالتخاذ موقف معين بالنسبة للسياسة المائية ، والعلاقات المصرية  
السودانية ؟ !

وتعتمد انجلترا على ابواق دعايتها ، وطاقورها الخامس  
في ترويج الشائعات ، وإهاجة الخواطر ، وبلبلة الأفكار .

وبما عدا الزراعة والتموين ، تبحث مسائل الصناعة  
في مصر ، ومسائل التجارة والصمران بوجه عام ، فتعرف مثلاً  
أن ذلك كله قد يحتاج إلى مساهمة رهوس الأموال التي تأتي من  
الخارج ، ولكنها تحتاج لأن تعرف بالأرقام ، من أين يأتي  
رأس المال ، وكيف تعمل على طرده من السوق المصرية ،  
وكيف تزرع الثقة المالية ، وهكذا .

وتتناول المؤسسات واحدة ، بعد أخرى ، فتعرف أن  
صناعة بعينها تحتاج إلى مادة أولية ، ترد من فرنسا أو من  
إيطاليا ، أو من ألمانيا ، فتبحث عن وسائل رفع ثمنها ،  
أو منع وصولها إلى مصر في الوقت الملائم ، أو منعها منعاً باتاً ،  
ليتكس إنتاج بعض المصنوعات الناقصة ، وتبور بعض  
الصناعات . ثم تدرس مسألة السوق المحلية ، وكيف تقتل  
تجارة ما في هذه السوق ، والسوق الأجنبية . وبالجملة تتحكم  
في الاقتصاد الوطني المصري ، وتجعله في الأوقات العادية ،  
وفي الأزمات ، تحت رحمة السياسة البريطانية ، فتقبض  
وتبسط ، طبقاً للظروف وملابسات الحال ، وتقع الأزمات ،  
والناس لا يعرفون أن بريطانيا هي المسئول الأول ، وأنها

تعتمد على خبرة علمائها وأساتذتها ، ونشاط أجهزة الاستعلامات والمخابرات .

وما يصيب مصر يصيب غيرها ، ولا يقتصر الأمر على بلاد كبلادنا ، بل يتناول حلفاء إنجلترا وأصدقاءها قبل أعدائها ، وتأبى إلا أن تضع العالم كله تحت رحمتها ، فتجري الدول الكبيرة نفسها في فلك بريطانيا .

كانت ألمانيا بلدا عنيذا ، ولم تلن قناتها لانجلترا ، ولكن المخابرات الاقتصادية البريطانية ، كانت تعرف أولا بأول ، وقبل قيام الحرب ، الجهات التي تحصل منها ألمانيا ، على مادة القصدير أو على البترول ، أو غير ذلك ، وكانت تعرف بالضبط ، حاجة كل مصنع لأية مادة ، والكميات المخزنة ، والكميات المطلوبة ، ووسائل نقلها من مصادرها الأصلية ، واعتمادا على هذه المعلومات ، تصدر التوجيهات من وزارة الحصر الاقتصادي إلى وزارة الحرب أو وزارة الطيران لقطع إمدادات الصناعة الحربية الألمانية أو غير ذلك ، فتلقى إنجلترا بهذا نف الجوع خارج ألمانيا ، وتسلط غواصاتها ، على القوافل التي تنقل الخامات إلى ألمانيا ، وهكذا إلى أن تحملها على التسليم .

### المحاسبون الانجليز

وعمد إنجلترا ، في هذه الجاسوسية المنظمة الدقيقة ، مكاتب المحاسبين الانجليز ، فلا يوجد من غير الانجليز من يشتغلون

بالمحاسبة الدولية ، في مختلف أنحاء العالم . وهذا التخصص ليس مبنيا على تفوق في علم المحاسبة ، ولكنه مبنى على مكر وبراعة في خدمة الامبراطورية .

كانت حرب فلسطين مثالا قائمة على قدم وساق ، وكانت القذائف تصنع في مصنع أهلى بالقاهرة ، وكان هذا المصنع ، يصنع أوراقه وحساباته ، في متناول بيت انجليزى ، يشتغل بالمحاسبة . وكانت دفاتر وأوراق المصنع مصدرا تستقى منه انجلترا أولا بأول ما تنوق للوقوف عليه من المعلومات ، والعملية في طاهرها محاسبة ، وجمع أرقام ، بكل ذمة وأمانة . وأعمال البنوك ، وسائر المؤسسات المصرية ، صناعية كانت أم تجارية ، أم زراعية ، تقع في أيدي المحاسبين الانجليز ، وتنتهى إلى وزارة الحصر والاقتصادى البريطانية ، وليس حتما أن تنقل تلك المعلومات بالبريد أو البرق من مكتب المحاسبة الانجليزى إلى مركزه الرئيسى بلندن ، ففي مصر سفارة بريطانية ، ومستشار تجارى بريطانى ، وملحق تجارى وغيرهما ، والسفارة حقيبة دبلوماسية ، ولها أن تنحار بلادها بالرسائل الشفوية .

### شركة قناة السويس

وقناة السويس ، هي طريق اتصال الغرب بالشرق ، ومن هذه القناة ، تحمل السفن المارة من الجنوب إلى الشمال ،

المواد الخام من بلاد آسيا وأفريقيا ، كما تحمل البضائع من الشمال ، وتمر سفن بحرية ، محملة بالجيش والعتاد .

وتقوم شركة القناة ، بفحص حمولة السفن ، لتقدير رسم المرور ، وتدوّن في سجلات ، البيانات التفصيلية عن السفن ، وما تحمله ، ولما كانت شركة قناة السويس تابعة للحكومة انجلترا بمقتضى اتفاق أبرم بين اللورد جرانفيل ، وزير خارجية انجلترا ، والشركة المذكورة ، في ١٥ يناير سنة ١٨٨٤ ، ولا إنجلترا عيون منبثة في قسم الملاحة بالشركة ، فان المعلومات الدقيقة عن السفن وحمولتها ، لا بد أن تنتهي أولا بأول إلى حكومة انجلترا ، فتوجه نشاطها التجارى والاقتصادى العالمى ، في وقت السلم ، على أساس تلك المعلومات الهامة ، وتعرف في الحروب والأزمات ، كيف تقطع مواصلات عدوها ، وما هي بواخره وبوارجه التي تدمرها ، وكيف تفرض الحصر الاقتصادى ، على من تريد أن تفرضه عليهم .

وقد تعقدت مشكلات الحرب والسلم في العصر الحديث ، وأضحى الصراع ، بفضل التقدم العلمى والفنى ، أشد ما يكون بين أعضاء الجماعة الدولية ، وأضحى مواد كثيرة مما يستعمل في السلم ، في عداد المواد الحربية ، وصارت المعلومات والبيانات عن نشاط الأفراد ، وعن المؤسسات الخاصة ، من قبيل الأسرار الحربية . ومن البعث أن تصور أن نشاط الجاسوسية الدولية ، يقتصر على تحرى المعلومات عن الجيوش

البحرية والجوية والبرية وأسلحتها ومصانع السلاح  
والذخيرة ، وخطط الدولة الاستراتيجية ، فكل شئ في حياة  
البلاد يعتبر من قبيل الأسرار ، ووقوف دولة أجنبية أو رعايا  
دولة أجنبية عليها ، يعد جاسوسية مخربة ، وتهدد بشر مستطير ،  
والجاسوسية كما ذكرنا ، تخرج بالدعاية السياسية ، والثقافية ،  
ونشاط الطابور الخامس . ولذلك نرى أن أول واجب على  
الدولة ، هو الوقاية ، وقاية نفسها ورعاياها ، ونشاطها  
الاقتصادي والعمراني ، من الطواير الأجنبية ، كالحاسبين  
الانجليز وغيرهم ، وطرد هؤلاء جملة ، ومنع وقوفهم على أى  
معلومات ، وذلك كله يحتاج إلى تشريع دفاعى كامل ، لا بدع  
صغيرة ، ولا كبيرة ، إلا ويخذ حذره دونها ، أما أن ترك  
الأبواب مفتحة ، والعيون منبثة ، وأعداء الوطن فى الداخل  
والخارج ، بصولون ويجولون ، ويحصلون على كل ما يطلبون  
الوقوف عليه من المعلومات ، ففى هذا تهديد دائم للبلاد ،  
ولا يوجد قيد من المبادئ القانونية العامة ، يمنع الدولة ، من  
تطهير ديارها من الجاسوسية لحساب الأجنبي ، تطهيرا كاملا ،  
مهما اتخذت من إجراءات ، وضربت على أيدي العابثين  
بمستقبلها .

وقى الله الكفانة ، وهو وحده المستعان .

# فهرست

## الدعاية السياسية والاستعلام

صفحة	
٣	مقدمة .
٧	القسم الأول : الدعاية .
٩	الفصل الأول : عصر الدعاية .
٢٢	الفصل الثاني : ما هي الدعاية .
٣٠	الفصل الثالث : نشأة الدعاية وتطورها .
٧٦	الفصل الرابع : الرأي العام .
٩٣	الفصل الخامس : نظرية الدعاية السياسية .
١٢٦	الفصل السادس : وسائل الدعاية .
١٦٧	الفصل السابع : الدعاية في النظم الدكتاتورية .
٢٥٠	الفصل الثامن : الدعاية في البلاد الديمقراطية .
٢٩١	الفصل التاسع : ماذا نصنع ؟
٣٠٩	القسم الثاني : الاستعلامات .



الدعاية السياسية من أهم وظائف الدولة، إن لم تكن أهمها على الإطلاق، ولا تنجح الدعاية إلا إذا صادفت التربة الصالحة، وكانت الظروف أمامها مهيأة، ولذلك تسبق الدعاية الاستعلامات، فالاستعلامات والدعاية السياسية لهما المكانة الأولى من نشاط الدولة الحديثة، وما من دولة كبيرة أو صغيرة إلا وعندها وزارة دعاية أو وزارة إرشاد أو إدارات استعلامات ضخمة

